

Siiri Hirsiaho



# Kerro se gifein

**Gif-viestinnän tavoitteet Redditin  
/r/reactiongifs-verkkoyhteisössä**

Pro gradu -tutkielma  
Lapin yliopisto, taiteiden tiedekunta  
Graafisen suunnittelun koulutusohjelma

Kevät 2020



**Siiri Hirsiaho**

# **Kerro se gifein**

**Gif-viestinnän tavoitteet Redditin  
/r/reactiongifs-verkkoyhteisössä**

Pro gradu -tutkielma  
Lapin yliopisto, taiteiden tiedekunta  
Graafisen suunnittelun koulutusohjelma

Kevät 2020



LAPIN YLIOPISTO  
UNIVERSITY OF LAPLAND





## Lapin yliopisto, taiteiden tiedekunta

<b>Työn nimi</b>	Kerro se gifein – Gif-viestinnän tavoitteet Redditin /r/reactiongifs-verkkoyhteisössä
<b>Tekijä</b>	Siiri Hirsiaho
<b>Koulutusohjelma</b>	Graafinen suunnittelu
<b>Työn laji</b>	Pro gradu -tutkielma
<b>Sivumäärä</b>	75, liite
<b>Vuosi</b>	2020

Animoituja gifejä käytetään verkkokeskusteluissa erityisesti kuvaamaan osallistujien reaktioita monenlaisiin tilanteisiin. Tutkielmassani tarkastelen viestinnän tavoitteita reaktio-gifien jakamiseen keskittyvässä /r/reactiongifs-yhteisössä, joka on osa Reddit-sivustoa. Tutkimusmetodina on sisällönanalyysi, jota ohjaa Roman Jakobsonin malli viestinnän tehtävistä. Lisäksi taustalla on teoria /r/reactiongifsistä osallistavan kulttuurin ilmentymänä. Gif-julkaisujen tekeminen on luovaa ja yhteisöön keskittyvää toimintaa, joka samalla osoittaa siirtymää passiivisesta median kuluttajuudesta aktiiviseen osallistajuuteen.

Aineistoni koostuu yhteisön viidestäkymmenestä suosituimmasta julkaisusta, jotka muodostuvat jotain tilannetta kuvailevasta otsikosta ja siihen liitetystä gifistä. Jaan gif-viestinnän tavoitteet neljään yläkategoriaan: intertekstuaalisuuteen, tunnelmaisuun, kommentointiin ja yhteisöllisyyteen. Näistä näkökulmista teen tarkempia havaintoja siitä, mitä tavoitteita kuhunkin teemaan liittyy ja miten Jakobsonin tehtävät tukevat näitä tavoitteita.

Gif-julkaisuilla käyttäjät ilmaisevat selkeästi henkilökohtaisia tunteitaan, mielipiteitään ja kulttuurintuntemustaan. Näinollen suurimmalla osalla julkaisuista on ilmaisutehtävä, joka paljastaa puhuttelijan asenteet viestiä kohtaan. Lopulta kaikkein korostuneimmaksi tavoitteeksi tulkitseen kuitenkin yhteyden ylläpitämisen eli viestinnän faattisen tehtävän. Julkaisuilla pyritään lähtökohtaisesti luomaan yhteyttä muihin jäseniin samaistuttavuudella ja viittauksilla yhteisön yleisesti tunnistamiin ilmiöihin.

<b>Avainsanat</b>	gif, verkkoyhteisöt, Reddit, osallistava kulttuuri, viestinnän tehtävät, sisällönanalyysi
<b>Lisätietoja</b>	Suostun tutkielman luovuttamiseen kirjastossa käytettäväksi [x]



# Sisältö

<b>1 Johdanto</b>	3
<b>2 Keskeiset käsitteet</b>	7
2.1 GIF	7
2.1.1 Gifien erilaisia käyttötarkoituksia	11
2.1.2 Reaktio-gif	13
2.2 Osallistava kulttuuri	16
2.2.1 Reddit osallistavan kulttuurin ilmentymänä	18
2.2.2 /r/reactiongifs yhteisönä	20
<b>3 Aineisto ja menetelmä</b>	25
3.1 Aineiston esittely	25
3.2 Teoriaohjaava sisällönanalyysi ja Jakobsonin malli	27
<b>4 Gif-viestinnän monet tavoitteet</b>	31
4.1 Intertekstuaalisuus	31
4.1.1 Gifien lähdemateriaalit	32
4.1.3 Remix-gifit	35
4.1.4 Esimerkkijulkaisu: Tide POD Michael Jackson	38
4.2 Tunneilmaisu	40
4.2.1 Gifit tunneilmaisun välineinä	41
4.2.2 Henkilökohtaisuus ja samaistuttavuus	46
4.2.3 Esimerkkijulkaisu: Lily Mo Sheen	47
4.3 Kommentointi	50
4.3.1 Ajankohtaiset aiheet	50
4.3.3 Esimerkkijulkaisu: Ron Swanson	53
4.4 Yhteisöllisyys	55
4.4.1 Redditin suhtautuminen itseän ja muihin	55
4.4.2 Sisäpiirin huumori	57
4.4.3 Esimerkkijulkaisu: Thanks for the gold	59
<b>5 Tulosten yhteenveto</b>	63
<b>6 Pohdinta</b>	67
<b>Lähteet</b>	70
<b>Kuvaluettelo</b>	75
<b>Liite</b>	



# I Johdanto

Animaatio sai alkunsa yksinkertaisista, lelumaisista välineistä: taikalyhdyt, zoetroopit, plärät ynnä muut toistivat äänetöntä, toistuvaa liikerataa. Vielä 2020-luvullakin ihmiset viehättyvät vastaavanlaisesta liikkuvasta kuvasta, joskin fyysisistä objekteista on siirrytty digitaaliseen formaattiin, gifin<sup>1</sup>. Nämä muutaman sekunnin kestoiset, loputtomasti toistuvat pätkät hypnotisoivat, naurattavat ja informoivat. Samalla ne onnistuvat ilmaisuvoimallaan kuromaan yhteen virtuaalisen ja todellisen maailman välistä rakoa. Gifeillä voimme nimittäin korvata kirjoitettua kieltä ja reagoida lukemaamme ja näkemäämme samankaltaisilla ilmeillä ja kehonkielellä kuin tosielämässä.

Tiedostomuotona gif on internetin historian mittakaavalla ikivanha: sen varhaisin muoto on kehitetty jo vuonna 1987. Tällöin formaattia käytettiin kuvien mahdollisimman optimaaliseen jakamiseen sen ajan hitailla ja helposti kuormittuvilla nettiyhteyksillä. Nykyään staattisiin kuvatiedostoihin on olemassa paljon käytännöllisempiäkin tiedostomuotoja, mutta gif on silti suositumpi kuin koskaan. Syynä tähän on yksinomaan sen animaatio-ominaisuus.

Mediakuraattori Jason Eppink (2014) esittää, ettei gifejä ainoastaan katsella, niitä myös luodaan, käytetään, julkaistaan, keräillään, kopioidaan, muokataan ja esitetään (s. 298). Kyseessä on monisäysein digitaalisen kulttuurin ilmentymä, joka yhdistää erilaisia internetin käyttäjiä. Osa perehtyy gifien luomiseen ja niiden jakamiseen, osa arkistoi kovalevyllään itselle mieluisia

<sup>1</sup> Virallisesti GIF on kirjainyhdistelmä, mutta kirjoitusasua siistiäkseni tässä tutkielmassa puhutaan *gifeistä* pienellä kirjoitettuna.

gifejä. Osa taas valikoi tilanteeseen sopivat gifit pikaviestisovelluksiin valmiiksi rakennetuista ”gif-näppäimistöistä”. Tarvitsee vain kirjoittaa hakusana, kuten ”thank you”, ja näytölle lävhtëää loputtoman tuntuinen valikoima kiitollisuuden eri muotoja ilmaisevia gifejä.

Sanattoman kommunikaation välineinä gifit rinnastuvat hymiöihin ja emojiihin, joita myös käytetään kirjoitetun kielen rinnalla kuvastamaan tunnetiloja ja värittämään tekstiä. Isona erona on kuitenkin gifien ilmaisuvoiman valtava kirjo. Siinä missä esimerkiksi hymyileviä emojiita on muutamia erilaisia, hymyileviä gifejä on miljoonia ja ne kykenevät ilmaisemaan hyvinkin hienovaraisia tuntemuksia. Kasvotustenkin keskustellessa hymyillä voi monin eri tavoin: myötätuntoisesti, hermostuneesti, innostuneesti tai vaikkapa ilkkurisesti. Gifit mahdollistavat tällaisten nyanssierojen visualisoinnin.

Valtaosa gifeistä on peräisin televisiosarjoista, elokuvista ja Youtube-videoista. Ne pitävät siis sisällään aina intertekstuaalisen ulottuvuuden, vaikka gifin käyttäjä ei välttämättä sitä tavoittelisikaan. Onkin täysin mahdollista ja yleistäkin käyttää viestinnässä gifejä, joiden alkuperästä käyttäjä ei ole varma. Tällöin gifin ilmaiseva asia, yleensä jokin ele, on keskiössä ja täysin lähteestään irrallisena. Toisissa tilanteissa taas nimenomaan alkuperäismateriaali on olennaisessa roolissa, jolloin käyttäjä ilmaisee tunteiden lisäksi identiteettiään esimerkiksi tietyn TV-sarjan fanina tai internet-kulttuurin tuntijana. Gifien moniulotteisuus nostaakin esiin digitaalisen kommunikaation kaksi keskeistä näkökulmaa: tunteiden ilmaisun ja kulttuurin tuntemuksen osoittamisen (MILTNER & HIGHFIELD 2017, 3).

Gifien valtava suosio on saanut myös yritykset ja muut viralliset tahot kiinnostumaan formaatin ominaisuuksista. Suositussa Giphy-palvelussa Disneyn, Pepsin ja Calvin Kleinin kaltaisilla brändeillä on omat tilinsä. Näiden kautta julkaistut gifit saavat toki yritysten janoamaa näkyvyyttä ja tämän kautta mahdollisesti arvostusta kohdeyleisön keskuudessa, mutta edelleen suosituimmat gifit ovat jotain aivan päinvastaista. Ne ovat yksittäisten ihmisten luomia, vapaaseen nautiskeluun ja jakamiseen tarkoitettuja objekteja. Voidaan jopa puhua jonkinlaisesta idealistisesta yhteisomistajuuden pilkahduksesta yksityistämisen ja rahanahneuden varjostamassa maailmassa. Gifin luoja jää useimmiten täysin kiitoksetta, mutta suurin palkkio onkin nähdä muut iloitsemassa omasta luomuksesta ja käyttämässä sitä lukuisin eri tavoin.

Gifien luominen, jakaminen ja yhä uusissa asiayhteyksissä hyödyntäminen ovat kaikki tapoja ottaa osaa osallistavaan kulttuuriin. Osallistavan kulttuurin

keskeisiä piirteitä ovat luovuuden matala kynnys, vahva kannustus osanottoon sekä yhteisön jäsenten kokemus siitä, että heidän panoksellaan on merkitystä. Olennaista on myös ammattimaisen ja amatöörimaisen median rajojen hälven-  
tyminen (JENKINS 2006, 3). Koska gifit ovat pääasiassa elokuvista, tv-sarjoista ja muusta liikkuvasta kuvasta johdettuja teoksia, ne osoittavat osaltaan siirtymää passiivisesta katsojuudesta aktiiviseen osallistajuuteen. Tämä ei koske ainoastaan gifejä tuottavia henkilöitä, vaan myös valmiiden gifien yhdistely chat-viesteihin tai blogikirjoituksiin on omanlaistaan luovaa, lähdemateriaalilleen uusia merki-  
tyksiä synnyttävää viestintää.

Gifit ovat suosiostaan huolimatta suhteellisen tieteellisesti tutkimatonta aluetta, joten näkökulmia riittäisi moneen lähtöön. Tässä tutkielmassa keskityn niin sanottuihin reaktio-gifeihin. Näitäkin käytetään monin eri tavoin ja erilaisissa kanavissa, joten päätin tehdä rajauksen käyttökohteen mukaan. Halusin tutkia julkista keskustelua yksityisviestien sijaan, ja aiheen puolesta osuvim-  
maksi osoittautui Reddit-sivuston /r/reactiongifs-yhteisö, joka nimensä mukai-  
sesti keskittyy juurikin reaktio-gifien jakamiseen.

Minua kiinnostaa reaktio-gifien viestinnälliset päämäärät. Millaisia asioita niillä pyritään kertomaan ja millä keinoin? Tutkimuskysymykseni on seuraava: **mitä tavoitteita /r/reactiongifs-verkkoyhteisön gif-viestintään liittyy?** Eri viesteihin sisältyy myös täysin itsenäisiä tavoitteita, mutta päämääränä on löytää yhteisiä linjoja, jotka yhdistävät useita gif-viestejä toisiinsa. Reddit ja sen sisällä toimiva /r/reactiongifs ovat verkkoyhteisöjä, joten tavoitteiden ohessa tutkin julkaisujen suhdetta yhteisöön. Yhteisön sisäiset koodit voivat osaltaan vaikuttaa siihen, mitä gifejä käytetään, mitä aiheita käsitellään ja millaiset julkaisut nousevat suosituiksi. Jäsenet tuottavat itse sivuston sisällön, eli kyse on osallistavan kulttuurin ilmentymästä. Osallistavan kulttuurin kuvailuun hyödynnän Henry Jenkinsin tekemää määritelmää sekä tarkemmin juuri Reddi-  
tiin liittyen Adrienne Massanarin teosta *Participatory Culture, Community, and Play: Learning from Reddit* (2015).

Tutkimusaineisto koostuu Redditin /r/reactiongifs-yhteisön viidestäkymme-  
nestä suosituimmasta gif-julkaisusta. Julkaisuun sisältyy aina kirjoitettu otsikko sekä yksi gif. Gifit ovat monimerkityksellisiä viestintävälineitä, joten on tärkeää ottaa huomioon niiden yhteyteen kirjoitettu teksti, joka asettaa tarvittavan kontekstin ja kertoo miten tietty gif tulisi tässä kohtaa tulkita. Toki tulkinta ei siltikään ole yksiselitteistä, vaan siihen vaikuttaa viestin vastaanottajan henki-  
lökohtaiset näkemykset ja esimerkiksi populaarikulttuurin tuntemus.

Tutkimus on luonteeltaan kvalitatiivista ja tutkimusmenetelmänä on teoriaohjaava sisällönanalyysi. Ohjaavana teoriana käytän Roman Jakobsonin viestinnän funktioita. Tavoitteena on tarkastella mitä funktioita yhteisön gif-viestintään liittyy. Nostan aineistosta esiin piirteitä, jotka esiintyvät useammassa julkaisussa, ja näiden pohjalta luon neljä yläkategoriaa. Analysoimalla näitä kategorioita pystyn havainnoimaan eri näkökulmista sitä, mitä viestinnän tehtäviä /r/reaction-gifsin julkaisuihin sisältyy. Tehtävien avulla saan lopulta tuloksiksi tavoitteita.

Koska viisikymmentä gif-julkaisua on aineistona melko laaja, en kirjoita auki erillistä analyysia jokaisesta julkaisusta. Määrä perustuu pikemminkin siihen, että tarkoituksena on saada yleiskuva /r/reactiongifsin viestinnästä. Valitsen kuitenkin aina jokaista yläkategoriaa varten yhden julkaisun, joka toimii esimerkkinä aiemmin esitellyistä ajatuksista. Tälle julkaisulle toteutan tarkemman lähiluvun, jonka tarkoitus on konkretisoida esitettyä teoriaa.



# 2 Keskeiset käsitteet

## 2.1 GIF

GIF eli Graphic Interchange Format on vuonna 1987 luotu kuvatiedostomuoto. Sen kehitti amerikkalaisyhtiö CompuServe korvaamaan tuohon asti käytössä olleen RLE-formaatin, joka mahdollisti ainoastaan mustavalkoisten kuvien jakamisen verkossa (EPPINK 2014, 299). Gifin ensimmäinen versio merkittiin tunnisteella 87a ja sen etuina olivat paitsi värillisyyys, myös saavutettavuus silloisilla hitailla ja rajoitetuilla internetyhteyksillä (MILTNER & HIGHFIELD 2017, 1). Yhteen gifiin pystyttiin sisällyttämään useampi kuva, joskaan tässä varhaisimmassa vaiheessa tarkoituksena ei ollut animaation hyödyntäminen. Sen sijaan ideana oli tiedoston tiivistäminen ja täten muistin säästäminen. Vuonna 1989 gif päivitettiin versioon 89a, joka mahdollisti muun muassa taustan läpinäkyvyyden ja ruutujen välisen viiveen säätämisen sekunnin sadasosalla. Ikuinen toisto eli luuppaus (engl. *looping*) puolestaan mahdollistettiin vuonna 1995 (EPPINK 2014, 299).

Vaikka gif tiedostomuotona kehitettiin alun perin still-kuvien tehokkaaseen esittämiseen, on animaation mahdollisuus kiistatta juuri se ominaisuus, josta gif tunnetaan. Voidaankin väittää, että nykyaikana gif tarkoittaa nimenomaan animoitua tiedostoa, eikä välttämättä edes tässä tietyssä formaatissa olevaa sellaista. Esimerkiksi tämän tutkielman aineistossa on ”gifejä”, jotka ovat todellisuudessa luuppaavia videoita, eivät .gif-päätteisiä tiedostoja laisinkaan. Tietysti sivustot kuten Reddit ja Twitter suorastaan suosivat mp4-tiedostoja gifin tilalla. Ironista kyllä, tämä alun alkaen tehokkaasti pakkaavaksi tarkoitettu formaatti on nykytekniikan silmissä toisinaan raskaampi ja hitaammin lataava kuin verkkosivuun upotettu video (LIMER 2019). Onneksi fundamentalismille ei ole tarvetta – gif on ilmiönä niin ikoninen, että sitä voidaan hyvin käyttää yleisnimityksenä myös myös näille valeasuissa esiintyville tiedostoille.

Animoitujen gifien varhaisimpia vaiheita kuvaillessa esiin nousevat usein varsin kotikutoiset esimerkit. Nykyaikana humoristisessakin valossa näyttäytyvä 90-luvun internetin estetiikka sisälsi alkeellista 3D-grafiikkaa: tanssivia luurankoja, vilkkuvia liikennemerkkejä ja pyöriviä @-merkkejä. Yksi merkittävä mahdollistaja oli vuonna 1995 perustettu GeoCities-palvelu, jonka alle kuka tahansa pystyi rakentamaan omat nettisivut täysin ilmaiseksi. Uudesta tekniologiasta hullaantuneet ihmiset täyttivät sivustojaan pieneen tiedostokokoon menevillä, nopeasti lataavilla ja ennen kaikkea kiehtovasti liikkuvilla gifeillä. Yksi ilmiön tiivistymä ovat yleisessä käytössä näkyneet välkkyvät ja pyörivät työmaamerkit, liikennekartiot ja ”under construction” -tekstit, jotka osoittivat verkkosivun olevan yhä tekeillä (EPPINK 2014, 300).

Milleniumin alussa samaa, visuaaliseen kaoottisuuteenkin syylistyvää gif-ilakointia jatkoi varhainen sosiaalisen median palvelu MySpace, jonka käyttäjät intoutuivat kuorruttamaan profiilinsa perhosilla, kimalleteksteillä ja muilla liikkuvilla elementeillä. Hieman myöhemmin syntyneet, MySpacen ennen pitkää selättäneet Facebook ja Twitter halusivat erottautua tästä ”mauttomuudesta” ja vastustivatkin pitkään gif-muodon tukemista. Gifien pelastajaksi ratsasti sen sijaan mikroblogipalvelu Tumblr, joka antoi paitsi mahdollisuuden gifien julkaisulle, mahdollisti myös tavallista suurempien tiedostokokojen lataamisen palvelimelleen. Tumblria voidaankin näkökulmasta riippuen joko kiittää tai syyttää gifin 2010-luvulla saavuttamasta valtavirtasuosiosta (EPPINK 2014, 302). Tumblrissa keskeistä on aina ollut fanikulttuuri, ja gifit toimivat samankaltaisena fiktiivisenä jatkeena kuin fanifiktio ja -taide. Osa käyttäjistä luo ihailemastaan materiaalista gifejä, osa puolestaan käyttää niitä omissa julkaisuissaan, ja tämä kuvio muodostaa omanlaisensa, monimerkityksellisen design-prosessin (GÜRSIMSEK 2016, 331).

Tiedostomuodon kulttuurisesta merkityksestä kertoo muun muassa se, että vuonna 2012 sanakirjajulkaisija Oxford Dictionaries USA valitsi gifin vuoden sanaksi. Sanakirjan määritelmä sanalle on:

*GIF, verb: to create a GIF file of (an image or video sequence, especially relating to an event)*

Englannin kielessä gif ei ole siis ainoastaan substantiivi vaan myös verbi, ja ihan virallinen sellainen. Giffata tai muu vastine ei vielä ole päässyt suomen kielen sanakirjaan, mutta kuvitellaan hetki sen olevan oikea sana. Kun esimerkiksi elokuvaa katsoessa jokin hahmoista tekee erityisen hyvin turhautumista

kuvaavan ilmeen, saattaa jokin katsoja ajatella: ”tämä täytyy giffata.” Tätä gifin syvin olemus nykyään paljolti onkin: hetken taltiointia ja hyödyntämistä uusissa yhteyksissä.

Shifman (2014) kirjoittaa meemivideoista, joissa toisto tekee kohteesta yksinkertaisen ja helposti muistettavan, ja samalla kannustaa yleisöä luomaan omia versioitaan videosta (s. 83). Sama pätee gifeihin, jotka ovat useimmiten hyvinkin yksinkertaisia ja mieleenpainuvia. Jos ne eivät suoraan innosta ihmisiä luomaan omia gifejään, niin ainakin käyttämään vahvasti mieleen painunutta gifia yhä uusissa konteksteissa, kuten omissa henkilökohtaisissa viestikeskusteluissa. Luuppaus on tiedostomuodon tärkeä tekninen ominaisuus, mutta yhtä aikaa toisto retorisenä ja viestinnällisenä välineenä vaikuttaa merkitykseen ja tulkintaan (MILTNER & HIGHFIELD 2017, 4). Se vaikuttaa myös affektiivisuuteen – tietynlaiset gifit voivat herättää katsojassaan synesteettisiä kokemuksia, joita toisto säätelee (ASH 2015).

Gifien käyttö kuvastaa kahta digitaalisen viestinnän keskeistä teemaa: tunteiden esittämistä ja kulttuurisen tietoisuuden osoittamista (MILTNER & HIGHFIELD 2017, 2). Tunteiden esittäminen on gifien yleisin käyttötarkoitus, mikä käy vahvasti ilmi myös tässä tutkielmassa. Kulttuurisen tietoisuuden osoittaminen puolestaan toteutuu gifien lähdemateriaalien kautta, jotka ovat useimmiten peräisin populaarikulttuurin tuotteista. Gifiä käyttämällä ihminen voi näyttää tuntevansa tietyn materiaalin ja samalla hakea vasta-kaikua muista, jotka mahdollisesti ymmärtävät myös viittauksen. Yhtä lailla gifien niin sanottu oikeanlainen käyttö ylipäättään osoittaa ymmärrystä internetin viestintäkulttuurista.

Yleisimmin gif erotetaan alkuperäisestä kontekstistaan. Tällöin se siirtyy kenen tahansa missä tahansa tilanteessa käytettäväksi, oli alkuperäinen konteksti sitten käyttäjälleen tuttu tai ei (MILTNER & HIGHFIELD 2017, 5). On monia suosittuja gifejä, joiden alkuperäisen lähteen moni tuntee. Esimerkiksi Michael Jacksonin Thriller-musiikkivideosta otettu pätkä Jacksonista syömässä popcornia (KUVA 1) on hyvin yleisessä käytössä – jopa niin yleisessä, että se voidaan toisinaan korvata pelkällä sanallisella ilmaisulla popcorn.gif (McCULLOCH 2019, 164). Yleensä tällä kuvataan käyttäjän reaktiota verkossa käytävään, erityisen mehukkaaseen ja usein riitaisaan keskusteluun: hän ottaa ”popkornit esiin” ja asettuu nautiskelevan sivustakatsojan rooliin kuin elokuvateatterissa konsanaan. Yhtä aikaa Thriller on sekä kappaleena että musiikkivideona yksi historian tunnetuimmista, ulottuen muihinkin kuin 80-luvulla nuoruuttaan viettäneisiin.



**Kuva 1.** Thriller-musiikkivideosta tehty gif



**Kuva 2.** Blinking white guy -gif

Gif silmiään hämmästyneenä räpyttelevästä miehestä (KUVA 2) puolestaan on hyvin suosittu, mutta alkuperäinen konteksti lienee valtaosalle gifin nähneistä mysteeri. Kyseessä on hetki pelivideosta, jossa yhdysvaltalainen pelaaja Drew Scanlon reagoi kanssapelaajan irستاaksi tulkittavaan ilmaisuun ”farming with my hoe”. Yleisesti Blinking white guy -nimellä kutsuttu gif on kuvaa kuitenkin niin osuvasti tietynlaista sanattomaksi jäämistä, että sitä käyttää laajalti sellaisetkin ihmiset, jotka eivät ole kyseistä videota tai ylipäätään mitään videopelissäلتää katsoneet.

Gifin suosiota voidaan selittää monilla tekijöillä. Liikkuva kuva sieppaa katsojan huomion ja tämän liikkeen loputon toisto puolestaan lukitsee sen paikoilleen. Monitulkinnalliset pop-kulttuuriviittaukset herättävät osassa vastaanottajissa tuttuuden tunnetta, mutta onnistuvat viihdyttämään ja välittämään tunteita ilman viittausten tunnistamistakin. Verrattuna videotiedostoihin gifillä on omat rajoitteensa, kuten toiston säätelymahdollisuuden ja äänen puute, mutta rajoitteet ovat oikeastaan eduksi (EPPINK 2014, 303). Tekninen alkeellisuus tekee siitä saavutettavan ja helposti jaettavan. Tämä on olennaista, sillä juuri jakaminen synnyttää gifille merkityksiä (McCARTHY 2017, 113). Kontekstista ja tulkitsijoista riippuen yksi gif voi saada miljoonia eri merkityksiä.

## 2.1.1 Gifien erilaisia käyttötarkoituksia

Gifeillä on lukuisia eri käyttötarkoituksia. Olen luonut omien havaintojeni pohjalta kuusi kategoriaa, joista viisi esittelen tässä luvussa. Kuudes kategoria pitää sisällään reaktio-gifit, joita tutkimusaineistoni edustaa, joten näille on kokonaan oma alalukunsa. Käyttötarkoitukset eivät ole toisiaan poissulkevia, vaan menevät usein lomittain. Reaktiona käytetty gif voi monesti olla yhtä aikaa fanituote, ja pornografiset gifit ovat omanlaisiaan tiivistelmiä ja voivat toisaalta myös edustaa samakaltaista esteettistä mielihyvää kuin terapeuttiset gifit.

**Ammattilaisten gift.** Vaikka valtaosa internetissä kiertävistä gifeistä on niin sanottujen tavallisten ihmisten tuotoksia, on tärkeää huomioida myös toinen puoli. Tätä edustavat kuvataiteilijoiden, graafikoiden, kuvittajien, animaattoreiden ja muiden visuaalisen alan ammattilaisten luomat giftit. Yleensä nämä eivät ole valmiista materiaalista erotettuja vaan suoraan gifeiksi luotuja itsenäisiä teoksia, jotka ovat joko puhtaan esteettisiä tai johonkin käyttötarkoitukseen

luotuja. Tarkoituksena voi olla esimerkiksi verkkoartikkelin kuvittaminen tai reaktiona käyttäminen. Giftit nähdään osana internet-taidetta, ja niille on omistettu omia näyttelyitään fyysisissäkin tiloissa, kuten Giphyn lokakuussa 2016 New Yorkissa järjestämä Loop Dreams (GIPHY 2016).

**Terapeuttiset giftit.** Terapeuttisten gifien tarkoitus on tuottaa katsojassaan mielihyvää samalla tavalla kuin virtaavan puron tai nukkuvan eläimen katsominen tekee. Usein tunnisteiden kuten #satisfying tai #hypnotic kanssa yhdistetyt giftit esittävät toistuvia toimintoja, kuten keraamikon huolellista dreijaamista tai koneen liukuhihnalla teroittuvia lyijykyniä (McCARTHY 2017, 117). Tällaisissa gifeissä luuppaus on erityisen keskeisessä asemassa, sillä juuri visuaalisesti tyydyttävä liike yhdistettynä toistoon luo parhaimmillaan hypnoottisen ja rauhoittavan vaikutelman.

**Pornografiset giftit.** Animaation varhaisimpia muotoja ovat sivujen nopeaan selaamiseen perustuvat plärit, joista vanhimmat ovat 1500-luvun Euroopasta ja esittävät paljolti eroottista kuvastoa (WELLS 1998, 11). Sama perinne jatkuu edelleen. Laajemmasta materiaalista leikataan pätkiä, joita jaetaan varsinkin Tumblyssa – tai pikemminkin jaettiin, kunnes sivusto päätti kieltää pornografian jakamisen loppuvuodesta 2018, johtaen kuukausittaisten vierailujen putoamiseen 20 prosentilla (TIFFANY 2019). Tämän niin kutsuttu mikroporno on oma genrensä, ja sen suosio tulkitaan monesti eräänlaisena osoituksena nykyihmisen lyhyestä keskittymiskyvystä (HESTER 2014).

**Fani-giftit.** Fanitaiteen ja -fiktioinnin rinnalla giftit ovat yksi keino osoittaa omaa fanitusta jotain tiettyä elokuvaa, sarjaa, bändiä tai muuta populaarikulttuurin tuotetta kohtaan. Erityisen tarkkanäköiset fanit tekevät äärimmäistä lähilukua rakastamastaan mediasta, eristäen yksittäisiä hetkiä gifeiksi (GÜRSIMSEK 2016, 347). Monesti nämä eivät ole ainoastaan poimittuja hetkiä sellaisenaan, vaan niihin on lisätty luovasti elementtejä, kuten värитеhosteita ja tekstiä. Gifejä yhdistellään ja niillä luodaan omanlaistaan fanifiktiota (MILTNER & HIGHFIELD 2017, 7).

**Tiivistelmägiftit.** Gifeihin voidaan myös tiivistää tosielämän tapahtumia. Ilmiö tuli tunnetuksi viimeistään vuoden 2012 kesäolympialaisten aikaan: erinäiset verkkosivut, näkyvimmin viihdesivusto

BuzzFeed, alkoivat ”giffata” kisojen parhaimpia hetkiä ja tehdä näistä koosteita (PHELPS 2012). Nämä muutaman sekunnin otteet tiivistivät esimerkiksi telinevoimistelun taidokkaimpia temppuja, palkinnonsaajien koskettavia ilmeitä ja avajaisseremonian humoristisia hetkiä, tavoittaen myös sellaista yleisöä, joka ei vaivaudu katsomaan läpi kokonaisia kisalähetyksiä. Samankaltaista gif-tiivistämistä tehtiin myös saman vuoden USA:n presidenttiehdokkaiden väittelyistä (EPPINK 2014, 303).

### 2.1.2 Reaktio-gif

Käyttötarkoituksensa puolesta gifit rinnastuvat hymiöihin ja emojiihin (BRUBAKER, FIESLER & JIANG 2018, 83). Hymiöt ovat typografisia symboleita, kuten :( ja :D. Emoji puolestaan on kehittyneempi versio hymiöstä (😊😄). Mobiililaitteissa on oma näppäimistönsä näille piktogrammeille, jotka kuvas-tavat yli tuhatta eri tunnetilaa, esinettä, hahmoa ja aktiviteettia. Sekä hymiöitä, emojeita että gifejä käytetään verkkokeskusteluissa kirjoitetun tekstin lomassa tuomaan esiin kirjoittajan tunteita, eleitä ja esimerkiksi huumorintajua. Gifeillä toisinnetaan sellaisia eleitä, joita kasvotusten käydyssä keskustelussa ei tarvitse erikseen mainita, kuten tunnetilat ja kehon asennot (TOLINS & SAMERMIT 2016, 77).

Käytän tässä tutkielmassa termiä reaktio-gif, joka on suora käännös englannin kielessä käytetystä reaction gifistä. Pääsääntöisesti reaktio-gifit voidaan luokitella kahteen eri ryhmään: varsinaisiin ja hypoteettisiin reaktioihin (EPPINK 2014, 303). Se, kumpaan kategoriaan gif istuu riippuu siitä, missä kontekstissa sitä käytetään. Varsinainen reaktio tarkoittaa suoraa gifillä reagoimista. Näin voi tapahtua vaikkapa keskustelupalstalla tai yksityisessä chatissa. Joku kirjoittaa viestin, joka on toisen käyttäjän mielestä täysin pöyristyttävä, joten hän reagoi viestiin julkaisemalla tätä pöyristynyttä ilmettään kuvastavan gifin. Rinnalle voi joko lisätä myös kirjoitetun kommentin tai laittaa gifin vain yksinään ja antaa sen puhua puolestaan. Tällaisia reaktioita näkyy monenlaisissa paikoissa, muun muassa Facebookissa jaettujen uutisten kommenttiosiossa ja yksityisissä chateissa.

Hypoteettinen reaktio puolestaan vaatii parikseen jonkinlaisen tekstin. Gifin julkaisija yleensä asettaa jonkinlaisen kuvitteellisen tai todellisen tilanteen,



kuten ”ilmeeni kun näen suihkun seinällä hämähäkin” ja yhdistää sen johonkin kuvaavaan gifin, esimerkiksi tässä tapauksessa sellaiseen, jossa esiintyy kauhistunut henkilö. Tällainen reaktio ei siis ole varsinainen osallistuminen mihinkään kanssakäymiseen, vaan oma, irrallinen tapa ilmaista ajatuksia ja usein myös huumorintajua. Hypoteettiset reaktiot ovat yleisiä esimerkiksi Twitterissä sekä Redditissä.

Reaktio-gifeissä keskeistä on kontekstin muutos. Alkuperäismateriaalista poimittu, luoppaamaan asetettu ja sosiaalisessa mediassa jaettu gif alkaa elää omaa elämäänsä. Tällöin sitä voi hyödyntää kuka tahansa huolimatta siitä, kuinka hyvin tämä tuntee lähteaineiston (MILTNER & HIGHFIELD 2017, 5). Gifejä voidaan tarkkailla niin sanotun keskuslähtöisen multimodaalisuuden kautta: erilliset komponentit toimivat tiiviisti yhdessä, mutta yhtä aikaa ne vetäytyvät eriytyviksi merkityksiksi, tehden kokonaisuudesta monimerkityksellisen (BOXMAN-SHABTAI & SHIFMAN 2014, 977). Tulkintaan vaikuttaa gifin oma sisältö, mutta myös ympäröivät elementit, kuten mahdollisesti siihen yhdistetty kirjoitettu teksti ja yhteisö, jossa se esitetään.

Kyberavaruuden alkuvaiheissa tulkittiin, että ihmiset haluaisivat tehdä tarkkoja kolmiulotteisia versioita itsestään ja kommunikoida verkossa näiden avulla. Kävi kuitenkin ilmi, että kyse ei ollut niinkään tarpeesta hienoille 3D-avatareille vaan enemmänkin yksinkertaisesta halusta ilmaista muille tunteitamme ja ajatuksiamme (McCULLOCH 2019, 14). Tämä selittää osaltaan gifien suosion virtuaalisen kommunikoinnin välineinä. Verkkokeskusteluissa reagoidaan myös staattisilla kuvilla, mutta gifillä on suuri etulyöntiasema niihin nähden. Luoppaus mahdollistaa kokonaisen liikeradan esittämisen yhden kuvaruudun sijaan (MILTNER & HIGHFIELD 2017, 6). Näin gif onnistuu kuvailemaan käyttäjänsä reaktiota mahdollisesti hyvinkin tarkasti.

Reaktio-gifien suosio johtuu myös siitä, että niiden käyttö on tehty hyvin helpoksi. Siinä missä aiemmin tiedostojen piti olla tallennettuina omalle koneelle valtavaksi gif-kirjastoksi, nykyään niille on omat sovelluksensa. Niin sanottujen gif-näppäimistöjen kautta erinäiset yhtiöt tarjoavat käyttäjälle mahdollisuuden etsiä hakusanalla tietokannasta haluamansa gifin ja liittää sen vaikkapa WhatsApp-keskusteluun käden käänteessä. Tenor, jonka sovellus on yksi suosituimmista, tavoittelee pääsyä ”tunteiden Googleksi” (WAGNER 2017). Kätevän gif-haun lisäksi tavoite pitää sisällään myös ajatuksen mainostuloista, joita Tenor ja Giphy hankkivat tekemällä kaupallista yhteistyötä yritysten kanssa, aivan kuten Googlen hakukonekin tekee. Joidenkin hakutulosten



kärjessä saattaa olla esimerkiksi Snickers-patukoihin liittyvä gif tai jostain tietystä TV-sarjasta tehtyä sisältöä (MILTNER & HIGHFIELD 2017, 8).

Itsenäisiä gif-näppäimistösovelluksia rakennetaan myös yksittäisten ilmiöiden ympärille. Miltner (2018) nostaa esiin RuPaul's Drag Raceen perustuvan sovelluksen. Drag Race on suosittu yhdysvaltalainen kilpailuformaatti, jossa drag-artistit tavoittelevat alansa parhaan esiintyjän titteliä ja suurta rahamäärää. Ohjelma on täynnä eksentrisiä hahmoja ja lennokkaita tilanteita, joista on luotu loputtomasti reaktio-gifejä. Sarjaa pyörittävä Logo-tuotantoyhtiö havaitsi ilmiön ja loi virallisen sovelluksen yhdessä näppäimistöihin keskittyvän Snaps Median kanssa. Nyt jo edesmenneen sovelluksen suosio oli erityisen suurta heteronaisten keskuudessa, joista osa ei edes seurannut koko sarjaa (s. 291). Gifit ovat siis itsessään tarpeeksi ilmaisuvoimaisia tavoittaakseen nekin, jotka eivät juuri tunne alkuperäistä kontekstia.

RuPaul's Drag Race Keyboard on hyvä esimerkki siitä, kuinka gifeillä reagoiminen on osittain myös identiteetin rakentamista. Nämä gifit osoittavat normeja rikkovaa, vapautunutta feminiinisyyttä, jossa naisena esiintyvä henkilö voi olla äänekkäs, ilmeikäs ja tilaa vievä (MILTNER 2018, 295). Niillä voidaan jopa ilmaista eräänlaista ihanteellista minää, sisäistä maisemaa, jonka esiin tuominen kasvojen käytävällä keskustelussa tuntuu vaikealta. Samalla gifien käyttäjä julistaa omaa drag-slangin ja -kulttuurin tuntemustaan (MILTNER 2018, 296).

## 2.2 Osallistava kulttuuri

*A participatory culture is a culture with relatively low barriers to artistic expression and civic engagement, strong support for creating and sharing one's creations, and some type of informal mentorship whereby what is known by the most experienced is passed along to novices. A participatory culture is also one in which members believe their contributions matter, and feel some degree of social connection with one another (at the least they care what other people think about what they have created).*

(JENKINS 2006, 3)

Näin Henry Jenkins tiivistää osallistavan kulttuurin (engl. *participatory culture*) MacArthur-säätiölle vuonna 2006 tutkimusryhmän kanssa laaditussa raportissa *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Tutkimus on tehty aikana, jolloin internet sellaisena kuin me sen tunnemme on ollut vasta alkutekijöissään. Vuonna 2006 Facebook on ollut pystyssä vasta kaksi vuotta, Reddit vuoden ja Twitter on ollut vastasyntynyt. Monet nykyiset verkkopalvelut ovat olleet vasta pilkkeitä kehittelijöidensä silmäkulmissa. Käyttäjien tuottamaa sisältöä (*user generated content* tai UGC) jaettiin lähinnä blogeissa ja keskustelufoorumeilla ja hyvin eri tavoin kuin nykyään (MASSANARI 2015, 167). Kyse on niin kutsutun Web 2.0:n alkuajoista. Web 2.0 pitää sisällään ajatuksen sosiaalisemmasta ja käyttäjää aktiivisemmin osallistavasta internetistä (O'REILLY 2005).

Aktiivinen kulttuuriin osallistuminen ei ole suinkaan uusi ilmiö, eikä rajoitu digitaliseen kulttuuriin. Zinejä ja muita underground-julkaisuja on ollut olemassa jo 1940-luvulta, puhumattakaan amatööriradiosta ja -lehistöstä, joita on ollut jo kauan ennen tätäkin (MASSANARI 2015, 7). Nämä kaikki ovat yhtä lailla osallistavan kulttuurin ilmentymiä. Ilmiö on kuitenkin tullut huomattavasti näkyvämmäksi internetin myötä. Median ja kulttuurin kuluttajan rooli on alkanut muuttua passiivisesta katsojasta aktiiviseen osallistajaan. Uusi osallistava kulttuuri on muodostunut kolmen eri tekijän summasta: alati kehittyvän teknologian tarjoamista työkaluista, tee-se-itse-asennetta edistävästä alakulttuureista ja talouden trendeistä, jotka edistävät mediankanavien välistä liikehdintää ja entistä aktiivisempaa katsojuutta (JENKINS 2006, 135–136). Portinvarti-joita ja hierarkioita on yhä olemassa, mutta median tuottajien ja sen kuluttajien välinen raja on nyt usein vaikeammin hahmotettavissa (MILNER 2012, 2).

Osallistava kulttuuri toteutuu yhteyksien, ilmaisun, yhteisöllisen ongelmanratkaisun ja sisällön kierrättämisen kautta (JENKINS 2006, 8). Yhteyksillä tarkoitetaan joko muodollisia tai epämuodollisia jäsenyyksiä tietyissä verkko-yhteisöissä, kuten keskustelupalstoilla, nettipeleissä tai tämän tutkielman kohdalla Redditin /r/reactiongifsissä. Ilmaisua vaihtelee kirjoitetusta fanifiktiosta remix-videoihin ja videopelien muunneltuihin sisältöihin. Yhteisöllinen ongelmanratkaisu toteutuu kollektiivisissa projekteissa kuten Wikipediassa, jossa lukuisien aiheiden asiantuntijat keräävät yhteen tietonsa yleiseksi hyödykkeeksi. Sisällön kierrättämisellä puolestaan viitataan niihin kanaviin, joiden kautta kaikki viestintä ja jakaminen tapahtuu. Tämä voi siis pitää sisällään erinäisiä verkkosivuja, mutta myöskin vlogia, podcasteja ynnä muita.

Lessig (2008) jakaa kulttuurin kahteen osaan: pelkästään luettavaan (*Read/Only*) sekä luettavaan ja kirjoitettavaan (*Read/Write*). Pelkän lukemisen kulttuuri perustuu puhtaaseen kuluttajuuteen ja ammattimaisen tuotannon ylivaltaan suhteessa kansanomaisempaan luovuuteen. Sen sijaan lukemisen ja kirjoittamisen kulttuurissa ihmiset kuluttavat, mutta samalla luovat uutta kuluttamansa tuotteen pohjalta. (s. 28–29) Tätä lainaamiseen pohjautuvaa luomisprosessia kutsutaan remixiksi. Terminä remix on keskeinen musiikki-maailmassa, mutta olemassa olevien kulttuurituotteiden palastelua ja näiden palojen uudelleenjärjestelyä tapahtuu monissa muissakin muodoissa, kuten kuvissa, videoissa ja kirjoitetussa teksteissä. Lainaaminen on yksi olennainen osallistavan kulttuurin kehittämä taito (JENKINS 2006, 4). Suurin osa gifeistä edustaa tätä lainaamisen ja uudelleenkäytön prosessia.

Parhaimmillaan osallistava kulttuuri mahdollistaa voimaannuttavan, luovan kanssakäymisen, joka lisää yhteisöllisyyden tunnetta. Lisäksi yksittäiset osallistujat saavat kokea olevansa merkityksellisiä yhteisön jäseniä, kun muut noteeraavat heidän panoksensa. Osallistava kulttuuri voi myös synnyttää uutta tietoa. Tämä kaikki ei kuitenkaan toteudu ilman varjopuolia. Kritiikin alle voidaan asettaa muun muassa se, millaista sisältöä syntyy. Kun käyttäjät tuottavat kaiken itse, tulee esiin myös paljon ei-toivottuja ilmiöitä kuten rasismia, seksismiä ja harhaanjohtavaa tietoa. Massanari (2015) ennustaa jopa osallistavan kulttuurin päättymistä: ihmiset jatkavat kyllä sisällön tuottamista ja jakamista, mutta ymmärtävät, ettei se kenties ole tie demokraattiseen, yhteisölliseen ja rauhanomaiseen tulevaisuuteen (s. 168). Laajemminkin Web 2.0:aa on kritisoitu muun muassa siitä, että sen kautta hyväksikäytetään verkkosivujen käyttäjiä esimerkiksi keräämällä ja myymällä eteenpäin heidän tietojaan ja luovan työn tuotoksiaan (VAN DIJCK 2013, 170–171).

## 2.2.1 Reddit osallistavan kulttuurin ilmentymänä

Reddit on sosiaalinen verkkosivusto, jonka yhdysvaltalainen Alexis Ohanian perusti kesäkuussa 2005. Sen idea on toimia kanavana, jossa jaetaan sisältöä – linkkejä, kuvia, videoita – muilta verkkosivuilta. Sivusto nimittää itse itseään ”internetin etusivuksi” (REDDIT, 2019). Tittelinsä mukaisesti Redditistä puhutaan muussa mediassa usein sosiaalisena uutistenjakopalveluna (MASSANARI 2015, 25). Käytännössä se on kuitenkin paljon muutakin. Tämä niin sanottu internetin etusivu sisältää kuumimpien lööppien lisäksi muun muassa humoristisia meemejä, kauniita valokuvia ja keskustelua niin henkilökohtaisista kuin yhteiskunnallisistakin aiheista.

Reddit on suuri yhteisö, jonka sisällä toimii lukuisia pienempiä verkostoja. Näitä kutsutaan *subredditeiksi*, ja niitä nimitetään yleisesti tunnisteella ”/r/aihe”. Tällä viitataan verkko-osoitteen loppuosaan, esimerkiksi linkki [www.reddit.com/r/all](http://www.reddit.com/r/all) johtaa Redditin etusivulle. Subredditejä on aiheesta kuin aiheesta. Erityisen suosittuja ovat laajat yläkäsitteet, kuten /r/funny, /r/science, /r/news ja /r/movies. Myös spesifimmät aiheet keräävät laajaa käyttäjäkuntaa. Esimerkiksi 3,5 miljoonan käyttäjän /r/oddlysatisfying-kanavalla jaetaan kuvia ja videoita mieltä rauhoittavista ja tyydyttävistä asioista ja /r/AnimalsBeingJerks kerää yhteen humoristista todisteaineistoa huonosti käyttäytyvistä eläimistä.

Reddit mahdollistaa käyttäjilleen monenlaisen vuorovaikutuksen. Luonnollisesti kuka tahansa rekisteröitynyt käyttäjä – redditor, kuten yhteisön jäsenet itseään nimittävät – voi jakaa sisältöä valitsemassaan subredditissä, oli se sitten koskettava kertomus omasta elämästä tai linkki kiinnostavaan lehtiartikkeliin. Tämän lisäksi muiden julkaisuja voi kommentoida. Tämän ominaisuuden myötä pääsevät esiin sekä Redditin parhaat että raadollisimmat puolet (MASSANARI 2015, 4). Kaava on tuttu kenelle tahansa julkisia verkkokeskusteluja seuranneelle: parhaimmillaan kommenttiosio täyttyy kiinnostavasta, valistuneesta keskustelusta, pahimmillaan jostain aivan päinvastaisesta.

Yksinkertaisin vuorovaikutuksen muoto Redditissä on julkaisujen ja kommenttien äänestäminen, käytännössä siis ylä- tai alanuolen (*upvote*, *downvote*) klikkaus. Tämän päätarkoitus ei ole niinkään kertoa käyttäjälle mitä mieltä muut hänen aloituksesta tai kommentista ovat, vaan pikemminkin vaikuttaa algoritmeihin. Paljon upvotea saaneet julkaisut näkyvät tyypillisimmin sivun yläpäässä (MASSANARI 2015, 4). Oma tutkimusaineistoni koostuu nimenomaan sellaisista gifeistä, jotka ovat saaneet /r/reactiongifs-subredditissä kaikkien aikojen eniten upvote-ääniä.

Äänestysominaisuuden lisäksi yhtenä redditorien keskeisenä palautejärjestelmänä on palkintojen antaminen toisille. Tätä kutsutaan myös termillä *gilding* (MASSANARI 2015, 39). Käytännössä kyseessä on keino, jolla Reddit kerää käyttäjiltään rahaa sivuston pyörittämiseen, palkintojen hankkiminen nimittäin vaatii oikeaa rahaa. Esimerkiksi 500 ”Reddit-kolikkoa” maksaa 1,99 dollaria, mikä mahdollistaa joko viiden Reddit Silver tai yhden Reddit Gold -palkinnon antamisen (”REDDIT COINS”, 2019). Hopea-, kulta- ja platinapalkintojen antaminen on keino osoittaa arvostusta kanssakäyttäjää kohtaan, ja usein niitä annetaan yksittäisten erityisen hyvien julkaisujen pohjalta.

Reddit on ennen kaikkea sosiaalinen sivusto, jossa yhteisö on keskiössä, mutta onko se sosiaalista mediaa? Aihe herättää ristiriitaisia näkemyksiä jopa Redditissä itsessään. Metakeskusteluun keskittyvässä /r/TheoryOfRedditissä kysymys on kysytty useaan otteeseen. Eräs pohdinta kuuluu:

*This has been something bugging me for a while, obviously Reddit isn't too comparable to other sites like Facebook, Twitter, and Instagram.*

*Wikipedia defines social media as: "...the social interaction among people in which they create, share or exchange information and ideas in virtual communities and networks."*

*Which sounds like Reddit fits this category. But then you go onto their next definition. "A group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of user-generated content."*

*Reddit isn't exactly exclusively a collection of user taken selfies or statements of how a person's day went. Reddit is a bunch of things. Which leads me to wonder, what the hell is Reddit? It isn't exactly blogging, and it isn't exactly social media, as there's a higher emphasis here on the community, not the individual.*

(RAICHU4U, 2014)

Käyttäjänimimerkki Raichu4u:n kommentin olennainen huomio on se, että yksilön sijaan Redditissä tapahtuva kanssakäyminen painottuu yhteisöön. Zuckerman (2013) kuvailee Redditiä ”Facebookia edeltäneeksi yhteisöksi Facebookin jälkeisenä aikakautena”. Tällä hän tarkoittaa sitä, että Redditissä on

paljon samoja piirteitä kuin Facebookia edeltäneissä verkkoyhteisöissä. Tästä esimerkkinä toimii 1990-luvulla suosiossa ollut Usenet, suomeksi ”nyysit”, joka koostui erityisille palvelimille lähetetyistä tekstimuotoisista viesteistä (KORPELA 2008). Yhtenä suurena erona Redditin ja esimerkiksi Facebookin välillä on identifiointi. Siinä missä Facebookissa rakennetaan verkostoja pääasiassa käyttäjien tosielämässä tuntemien ihmisten pohjalta, Redditissä liikutaan kasvottomina ja pelkillä nimimerkeillä. Yhteisöt syntyvät yhteisten kiinnostuksenkohteiden ympärille olemassa olevien tuttavapiirien sijaan. Muita käyttäjiä voi lisätä kavereiksi, mutta tämä ei ole keskeinen ominaisuus.

Toisin kuin Instagramissa ja Twitterissä, Redditissä ei myöskään kerätä seuraajia ja julkisuutta. Olennaisinta on yksittäisten julkaisujen sisältö ja sen ympärillä tapahtuva keskustelu. Toki eniten näkyvyyttä saavat ne julkaisut, jotka ovat keränneet paljon interaktiota – eli kommentteja tai upvoteja – mutta tekijä ei suoraan hyödy tästä. Algoritmit eivät tee paljon upvoteja saaneen tekijän seuraavista julkaisuista automaattisesti näkyvämpiä, ja kaupallisista yhteistyökuvioista on turha haaveilla. Reddit voidaan täten nähdä yhteisenä projektina henkilökohtaisen identiteetin rakentamisen ja tämän julki tuomisen sijaan. Tässä mielessä se on hyvä esimerkki osallistavasta kulttuurista.

## 2.2.2 /r/reactiongifs yhteisönä

Tässä tutkielmassa keskitytään Redditin sisällä toimivaan /r/reactiongifs-subredditiin, joka muodostaa oman pienemmän yhteisönsä yhteisön sisällä. Kuten nimi tyhjentävästi kertoo, se keskittyy nimenomaan reaktio-gifeihin. Subreddit on perustettu 30.11.2011 ja sillä on aineistonkeruupäivänä (3.9.2019) 2,5 miljoonaa jäsentä. Huolimatta siitä, että kanava on aloitettu jo niinkin monta vuotta sitten, on suurin osa suosituimmista gif-aloituksista vuoden tai korkeintaan kahden takaa.

Tyypillinen julkaisu /r/reactiongifsissä sisältää otsikon, joka kuvailee jotain tilannetta ja tämän alla on gif, joka puolestaan kuvaa aloittajan reaktiota kyseiseen tilanteeseen. Esimerkijulkaisussa (KUVA 3) aloittaja kirjoittaa: ”MRW<sup>2</sup> I ask for Coke and the waitress doesn’t tell me it’s actually Pepsi.” Tilanne on siis asetettu: kertoja on ravintolassa, tilaa Coca-Colaa, mutta saakin tämän sijaan tietämättään Pepsiä. Alla oleva gif kertoo hyvin selkeästi mitä mieltä aloittaja tästä tilanteesta on. Gifissä elokuvaohjaaja Quentin Tarantino on vaatteista ja

↑ Posted by u/HonestMcDilt 6 months ago 🇺🇸

125 **MRW I ask for Coke and the waitress doesn't tell me it's actually Pepsi**



[media.giphy.com/media/...](https://media.giphy.com/media/...) 🔗



💬 9 Comments ➦ Share 📌 Save 🔒 Hide 🚩 Report

92% Upvoted

**Kuva 3.** Ruutukaappaus tyypillisestä julkaisusta /r/reactiongifsissä.

ympäristöstä päätellen jonkin sortin gaalassa, ottaa hörpyn viinilasista varsin neutraalin näköisenä, kunnes yhtäkkiä kumartuu purskauttamaan juoman ulos suustaan. Voidaan siis päätellä, että julkaisun tehnyt henkilö huomaa selkeän makueron Coca-Colan ja Pepsin välillä ja mitä ilmeisimmin pitää ensimmäistä ylivoimaisesti parempana.

Yhteisö on jonkin verran rajannut sitä, millaiset julkaisut ovat sallittuja. Sivupalkin Info and Rules -osiossa tehdään erottelu ”kohtauksen” ja ”reaktion” välillä. Kohtaukseksi säännöissä määritellään sellainen gif, jossa reagoidaan gifissä itsensä tapahtuvaan asiaan. Esimerkkinä tästä käytetään gifia, jossa Harry Potter -elokuvien Ron Weasley iloitsee huispauksessa tekemästään maalista ja tästä leikataan hurraavaan yleisöön. Sen sijaan jompikumpi kahdesta eleestä, eli maalin edessä iloitseva Ron Weasley tai hurraava yleisö, voitaisiin laskea reaktiogifiksi. Tämä tietenkin edellyttää sääntöjen mukaan sitä, että gifia tosissaan käytetään reaktiona. ”Non-reactions and analogies will be removed”, todetaan. Kolmen-toista kohdan sääntölistaus määrää myös jonkin verran gifien sisältöä, rajaten pois esimerkiksi pornografisen ja eristyneen väkivaltaisen materiaalin.

2 MRW on lyhenne sanoista ”My Reaction When”. Lyhenne on hyvin tyypillinen erityisesti /r/reactiongifsissä, jossa sitä yleisimmin käytetään otsikon alussa.

Tarkastellaan /r/reactiongifsia Jenkinsin viiden kohdan listan kautta:

**1. Verrattain matala kynnys taiteelliselle ilmaisulle ja kansalaisvaikuttamiselle.** Redditissä ylipäätään on suhteellisen matala kynnys julkaisemiselle, johtuen paljolti nimimerkkien tuomasta turvasta. Toki tässä kohtaa sellaiset sanat kuin ”taiteellinen ilmaisu” ja ”kansalaisvaikuttaminen” kuulostavat suureellisilta.

**2. Vahva tuki luovalle tekemiselle ja luomusten jakamiselle.** Ilman jäsentensä luomaa sisältöä koko /r/reactiongifsia tai mitään muutakaan subredditiä ei olisi olemassa, joten voidaan sanoa, että tuki on todella vahvaa. On myös olennaista, että sisältö on julkaisijan oman luovan työn tulosta: reposteihin eli jonkun muun käyttäjän julkaisuiden kopioimiseen suhtaudutaan Redditissä hyvin vihamielisesti. Subredditin omissa säännöissä sanotaan: ”If you submit a gif that is submitted often or was submitted recently, it may be removed. If you’re reusing a gif, try to come up with an original title—a new angle.” (”INFO & RULES” 2019) Täten yhteisön ylläpito kannustaa originaalin sisällön jakamiseen.

**3. Jonkinlainen epävirallinen mentorointijärjestelmä, jossa kokeneimmat välittävät tietoa aloittelijoille.** Osallistavan kulttuurin piirteistä tämä on ainoa, joka ei juurikaan nouse esiin /r/reactiongifsissa. Yhteisö vaikuttaa ainakin ulkopuolisin silmin siltä, että jäsenten ikään kuin oletetaan ymmärtävän sisäiset koodit ilman erillistä opastusta, lukuun ottamatta sivupalkin sääntöosiota, joka antaa jonkinlaista osviittaa.

**4. Jäsenet kokevat, että heidän panoksellaan on väliä.** Tätä tuskin voi todeta ilman jäsenten haastattelua, mutta oletettavissa on, että he kokevat näin ainakin jollain tasolla vähintäänkin silloin, kun heidän tekemänsä julkaisut saavat huomiota.

**5. Jäsenet tuntevat jonkinasteista sosiaalista yhteyttä toisiinsa, tai ainakin välittävät siitä, mitä mieltä muut ovat heidän luomuksistaan.** Aktiiviset Redditin käyttäjät kokevat itsensä osaksi yhteisöä ja kutsuvat itseään ja muita aktiivikäyttäjää redditoreiksi. Näinollen Reddit, kuten mikä tahansa muukin sosiaalinen verkkosivusto, muodostaa oman yhteisönsä. Redditor voi yhtä aikaa kokea kuuluvansa myös moneen pienempään yhteisöön,



joita subredditit puolestaan muodostavat. Mitä tulee muiden mielipiteisiin, upvotet ja downvotet yhdessä kommentoinnin kanssa luovat hyvin selkeän palautejärjestelmän. Tämän järjestelmän olemassaolo voi saada käyttäjän välittämään annettujen äänien ja kommenttien määrästä samaan tapaan kuin esimerkiksi Instagramissa ja Facebookissa ihmiset antavat painoarvoa saamilleen tykkäyksille.

Vaikka gifien tekeminen on tehty hyvin helpoksi, ei se ole aina kovinkaan yksinkertaista. Hyvän gifin luominen vaatii ymmärrystä siitä mikä on osuvaa, hauskaa ja mieleenpainuvaa, eli mikä tietty kohta jostakin lähdemateriaalista kannattaa poimia. Yhtä lailla luovuutta ja pelisilmää vaatii myös valmiiden gifien käyttäminen. Tämä korostuu selkeästi */r/reactiongifs*:ssä, jossa julkaisun suosioon ei riitä pelkkä hauska teksti tai gif, vaan näiden täytyy toimia täydellisesti yhdessä. Vaaditaan alakulttuuria mukailevaa lukutaitoa, joka tarkoittaa kykyä ”kirjoittaa ja lukea” alakulttuurin hyväksymällä tavalla (MILNER 2012, 107). Yhteisö on periaatteessa avoin kaikille, ja kuka tahansa rekisteröitynyt Redditin käyttäjä voi tehdä gif-julkaisun. Mikäli tavoitteena on kuitenkin suositun julkaisun tekeminen, täytyy olla ymmärrystä siitä, millaiset tekstin ja gifin yhdistelmät viihdyttävät yhteisön jäseniä.



# 3 Aineisto ja menetelmä

## 3.1 Aineiston esittely

Aineistoni koostuu viidestäkymmenestä gif-animaatiosta sekä niihin liitetyistä kirjoitetuista otsikoista. Gift on poimittu Redditin */r/reactiongifs* -yhteisöstä. Ne ovat valikoituneet puhtaasti suosion perusteella: valitsin kategorioiksi ”top” ja ”all time”. Toisin sanottuna nämä ovat kyseisen kanavan 50 kaikkien aikojen suosituinta gifia. Suosio ei toki itsessään tee mistään yksiselitteisen hyvää, mutta valitsin lähestymistavan sillä ajatuksella, että näin pääsisin sisään *r/reactiongifs*-subredditin vallitsevaan ajatusmaailmaan. Suosituimmat gifit antavat kuvaa siitä, millaiset gifit ja teemat puhuttelevat käyttäjiä.

Reddit valikoitui tutkimuskohteeksi tehtyäni ensin yleistä taustatutkimusta gifien käytöstä eri kanavissa. Lähtökohtana oli se, että sivuston tulisi olla avoimesti luettavissa kenelle tahansa. Gifejä käytetään paljon myös yksityiskeskusteluissa, mutta omaan tutkimukseeni sopii paremmin julkinen aineisto. Aineistonkeruu on näin mutkattomampaa, eikä gifien käyttöön liity yksittäisten ihmisten keskenään luomia merkityksiä, jotka ovat ulkopuoliselle vaikeaselkoisia. Julkisista palveluista toinen vahva vaihtoehto olisi ollut mikroblogipalvelu Tumblr, joka on myös tunnettu gifien runsaasta käytöstä. Valitsin kuitenkin Redditin suurilta osin siksi, että sivuston luokittelu on hyvin selkeää: subredditistä nimeltä */r/reactiongifs* löytyy nimen omaan reaktio-gifejä, eli juuri sitä mitä hain. Tumblrissa vastaavaa vaihtoehtoa ei ole, vaan tällöin olisi ennemminkin pitänyt valita jokin tietty teema, jonka ympäriltä kerätä aineistoa. Tämä olisi tehnyt tutkimuksesta hyvin erilaista.

Henkilökohtaisesti Reddit on minulle suhteellisen vieras sivusto, jota olen aiemmin selannut vain hyvin satunnaisesti. Tutkin sivustoa siis ulkopuolisin silmin. Tämä on sekä eduksi että haitaksi. Koska laajoja ennakkokäsityksiä ei

ole, en kykene myöskään tekemään tutkimuksen objektiivisuuden kannalta haitallisia olettamuksia. Toisaalta omakohtainen kokemus auttaisi ymmärtämään syvemmin Redditin yleistä kulttuuria ja protokollaa, mikä puolestaan saattaisi avata uusia näkökulmia aineistoani kohtaan.

Paikoitellen olen lukenut myös julkaisujen kommenttiosiota, jossa monesti joku avulias käyttäjä osaa kertoa, mistä kyseinen gif on alunperin peräisin. Tämä on hyödyllistä taustatietoa, mutta itse kommentit eivät ole mukana varsinaisessa analyysissä. Aineistoni koostuu siis ainoastaan seuraavista osista: julkaisun kirjoitettu otsikko sekä itse gif. Painotus on gifissä, jota analysoin myös erillisenä elementtinä. Tekstissä en lähde purkamaan esimerkiksi kielellisiä ulottuvuuksia, mutta otsikon rooli on kuitenkin hyvin merkittävä. Kuten aiemmassa luvussa on todettu, gifin merkitys syntyy sen kontekstista, ja tässä tapauksessa nimenomaan julkaisun otsikko asettaa tämän kontekstin.

Tarkkailen aineistoani pääasiassa massana, jonka pohjalta voi vetää suuntaviivoja sen suhteen, millaista gif-ilmaisu valitussa yhteisössä on. En siis kirjoita jokaisesta julkaisusta syväluotaavaa analyysia, mutta nostan esiin jokaista yläkategoriaa kohden yhden esimerkkijulkaisun, jonka avulla konkretisoin esittämiäni huomioita.

Aineistoni gifit eivät todennäköisesti ole julkaisujen tekijöiden omia tuotoksia. Oletus perustuu siihen, ettei näin ole yhdessäkään otsikossa erikseen mainittu. /r/reactiongifsissä yksi sääntö on: ”If you make [OC]<sup>3</sup> and you want [OC] Flair,<sup>4</sup> you gonna have to tag that shit [OC] in the title, capisce?” (”INFO AND RULES” 2019) Yhdessäkään otsikossa ei ole [OC]-merkintää, joten tutkin aineistoa siitä lähtökohdasta, että käytetyt gifit ovat peräisin jostain muualta. Redditissä onkin yleistä, että jokin kuva, vaikkapa reaktio-gif, julkaistaan yhdelle subred-ditille OC-merkinnällä ja lähtee kiertämään omia reittejään, päätyen aivan eri yhteyksiin esimerkiksi /r/reactiongifsissä (MASSANARI 2015, 101). Iso osa gifeistä on myöskin peräisin jostain täysin Redditin ulkopuolelta.

3 OC on lyhenne sanoista ”Original Content”, jolla viitataan siihen, että julkaisun sisältö on kuvamateriaalia myöten käyttäjän itsensä luomaa. Koska Redditissä on tyypillistä jakaa alunperin muiden tekemää materiaalia, on itse tuotettu sisältö tapana merkitä erikseen.

4 Flair viittaa otsikon viereiseen merkintään, jota voidaan käyttää julkaisujen teemoitteluun tai merkitsemiseen jostain muusta syystä (”Post Flair”, 2020).

## 3.2 Teoriaohjaava sisällönanalyysi ja Jakobsonin malli

Tutkimukseni on menetelmältään teoriaohjaavaa sisällönanalyysia. Sisällönanalyysilla voidaan analysoida dokumentteja systemaattisesti ja objektiivisesti. Dokumentti voi olla käytännössä mikä tahansa kirjalliseen muotoon saatettu materiaali, siispä myös Reddit-julkaisujen joukko sopii hyvin tämän menetelmän kohteeksi. Sisällönanalyysi pyrkii saamaan tutkittavasta aiheesta tiivistetyn ja yleisen kuvauksen (TUOMI & SARAJÄRVI 2018). Teoriaohjaava sisällönanalyysi puolestaan on ikään kuin sekoitus aineisto- ja teorialähtöisyyttä. Lähtökohdiltaan analyysi etenee aineiston ehdoilla kuten aineistolähtöisessä sisällönanalyysissa, mutta abstrahoidessa empiirinen aineisto yhdistyy teoreettisiin käsitteisiin. Käsitteet tuodaan ilmiöstä ”jo tiedettyinä” sen sijaan että ne rakentuisivat puhtaasti havaintojen pohjalta (TUOMI & SARAJÄRVI 2018).

Analyysia ohjaavana teoriana toimii Roman Jakobsonin kirjoituksessaan *Linguistics and Poetics* (1960) kuvaamat viestinnän tehtävät. Jakobson oli kielitieteilijä ja näinollen hänen luomansa mallikin on koskenut alunperin sanallista viestintää, kuten puhetta ja runoutta. Teoria on kuitenkin sovellettavissa kaikenlaisiin viestintätilanteisiin, myös Redditin gif-julkaisuihin, jotka sisältävät sekä kirjoitetun että visuaalisen puolen. Jakobsonin mallissa on kaksi tasoa, joista ensimmäisellä on viestinnän kuusi perustekijää ja toisella ne tehtävät, joita viestintäteko toteuttaa kunkin kuuden tekijän osalta (FISKE 1994, 55). Oheinen kaavio (KUVIO 1) kuvaa perustekijöiden ja tehtävien välisiä suhteita. Jakobsonin



mukaan viestinnässä on aina kyse tapahtumasta, jossa osapuolina on puhuttelija ja puhuteltava. Puhuttelija välittää puhuteltavalle sanoman, joka viittaa kontekstiin. Sen täytyy olla ilmaistavissa sanallisesti niin, että puhuteltava ymmärtää sen. Lisäksi viestinnän osapuolilla on yhteinen merkitysjärjestelmä eli koodi, jonka molemmat ymmärtävät sekä fyysinen tai psyykinen yhteys eli kosketus (JAKOBSON 1960, 21). Viestinnän kuusi päätehtävää, jotka suuntautuvat eri perustekijöihin, ovat ilmaisutehtävä, vaikuttamistehtävä, viittaustehtävä, poeettinen tehtävä, faattinen tehtävä sekä metakielinen tehtävä.

**Ilmaisutehtävä** viittaa puhutteliijaan ja hänen suhtautumiseensa sanomaan. Tätä voisi nimittää myös tunteelliseksi tehtäväksi. Kasvotusten käytävässä keskustelussa tämä tulee esiin muun muassa äänenpainossa. (JAKOBSON 1960, 22). Ilmaisutehtävä on korostunut rakkausrunojen kaltaisissa viesteissä, kun taas uutisten kaltaisissa se on taka-alalla (FISKE 1994, 56).

Toisessa päädyssä on puolestaan **vaikuttamistehtävä**, joka viittaa puhuteltavaan. Kielellisesti tämä funktio näkyy tilanteissa, joissa puhutellaan suoraan jotain henkilöä ja käytetään käskymuotoa (JAKOBSON 1960, 23). Vaikuttamistehtävä on läsnä pääasiassa käskynannoissa ja propagandassa (FISKE 1994, 56).

Viestin kontekstia ilmaisee **viittaustehtävä**, jota voidaan nimittää myös denotatiiviseksi tehtäväksi. Monissa viestintätilanteissa tämä on pääasiallinen funktio (SELIGER 2008, 50). Viittaustehtävä ilmaisee mistä sanomassa puhutaan. Se on erityisen tärkeä objektiivisuuteen pyrkivässä asiaviestinnässä, sillä se osoittaa viestin suhdetta todellisuuteen (FISKE 1994, 56).

**Faattisen tehtävän** tavoitteena on kontaktin luominen ja ylläpitäminen. Jakobson käyttää esimerkkinä meidän jokaisen ensimmäistä kommunikoinnin muotoa: vauva selvästikin viestii vanhemmilleen tai muille ympäröiville ihmisille, mutta sanoma ei sisällä minkäänlaista informaatiota. Faattista kommunikaatiota ovat myös tervehdykset ja muu rituaalinomainen dialogi (JAKOBSON 1960, 24).

**Metakielinen tehtävä** liittyy kommunikaation kieleen eli koodiin. Keskusteluissaan ihmiset toisinaan varmistelevalle toisiltaan, ovatko käsittäneet sanoman oikein tai pyytävät selventämään sanoja, joiden merkitystä eivät ymmärrä. He ikään kuin tarkistavat, käyttävätkö osapuolet puheessaan samaa koodia (JAKOBSON 1960, 25).

Jakobsonin mallissa sanoman sisältöön keskittyvä **poeettinen tehtävä** on erityisen keskeisessä roolissa. Nimestään huolimatta funktio ei koske ainoastaan runoutta, ja toisaalta runouttaakaan ei tule tutkia ainoastaan poeettisen tehtävän näkökulmasta (JAKOBSON 1960, 26). Arkikielessä tämä puoli ilmenee esimerkiksi niissä tapauksissa, joissa valitsemme tavanomaisen ilmaisun sijaan jonkun, joka yksinkertaisesti kuulostaa hyvältä (SELIGER 2008, 51).

On melko lailla mahdotonta löytää sellaista viestiä, jossa käytettäisiin vain yhtä funktiota, vaan nämä tehtävät toimivat yhdessä ja niiden välillä vallitsee oma hierarkiansa (JAKOBSON 1960, 22). Jotkut tekstityylit perustuvat vahvasti jonkun tietyn tehtävän korostamiseen tai vaihtoehtoisesti täyteen häivyttämiseen: maalaustaiteessa hyperrealismi ylikorostaa viittaustehtävää, kun taas Franz Kafkan surrealistinen kirjallisuus pyrkii irti kaikesta faktapohjaisuudesta, jolloin viittaustehtävä katoaa lähes kokonaan (HÉBERT 2011). Erilaiset viestintätilanteet koostuvat lukuisista tehtävien yhdistelmistä ja näiden tehtävien välisistä dynamiikoista.

Tutkielmani tavoitteena on saada käsitys siitä, mihin gif-viestinnällä /r/reactiongifsissä pyritään. Jakobsonin malli tukee tavoitettani osoittamalla tehtäviä, joita voin paikantaa aineistostani. Nämä tehtävät paljastavat samalla viestinnän tavoitteita. Yksi toiveeni on havaita tehtäviä, jotka toistuvat erityisen monessa julkaisussa. Mikäli näin käy, on lopputuloksena mahdollista yleistää yhteisön viestintään liittyviä piirteitä. Yhtä aikaa kertovaa on se, mitä Jakobsonin tehtävistä aineisto toteuttaa vähiten, eli millaista /r/reactiongifsin viestintä ei ainakaan ole.





# 4 Gif-viestinnän monet tavoitteet

Tulevissa alaluvuissa käsitellään viestintää neljästä eri näkökulmasta. Niiden perusteella /r/reactiongifsin viestintä rakentuu intertekstuaalisuudesta, tunneilmaisusta, ajankohtaisten aiheiden kommentoinnista sekä tietoisesta yhteisöön osallistumisesta. Yläkategoriat ovat syntyneet aineistosta tehtyjen havaintojen pohjalta: tarkoituksena oli löytää yhtenäisiä teemoja, jotka kattavat mahdollisimman monia julkaisuja. Intertekstuaalisuus liittyy selkeästi jokaiseen viiteenkymmeneen julkaisuun ja tunneilmaisukin lähes kaikkiin. Kommentointiin ja yhteisöön osallistumiseen viitataan aiempia kategorioita harvemmin, mutta kuitenkin tarpeeksi usein ollakseen kantavia teemoja. Samalla ne linkittyvät selkeiden osallistavaan kulttuuriin. Kategoriat eivät sulje toisiaan pois vaan jokainen julkaisu istuu vähintään kahteen kohtaan, muutamats jopa kaikkiin yhtä aikaa.

## 4.1 Intertekstuaalisuus

Kaikki aineistoni gifit ovat peräisin jostain lähdeaineistosta, kuten elokuvista, televisiosarjoista tai YouTube-videoista. Jokaisessa julkaisussa tehdään siis intertekstuaalisia viittauksia. Intertekstuaalisuudesta kirjoitetun teorian mukaan tekstin kirjoittaja on ennen kaikkea tekstien lukija, jolloin viittaukset kaikkeen aiemmin kirjoitettuun ovat väistämättömiä. Lisäksi jokaisen lukijan myötä tekstiin kertyy uusia viittausten kerrostumia. Näinollen yksikään teksti ei voi olla täysin muista riippumaton ja suljettu kokonaisuus (WORTON & STILL 1990, 1–2).

Joissain /r/reactiongifsin julkaisuissa intertekstuaalisuuden hyödyntäminen on täysin tarkoituksenmukainen keino: käyttäjä voi gif-valinnallaan osoittaa esimer-

kiksi fanittavansa jotain populaarikulttuurin tuotetta tai kokevansa, että tietty hahmo tai repliikki sopii erityisen hyvin valittuun tilanteeseen. Toisaalta joku toinen saattaa käyttää gifä täysin alkuperäismateriaalista riippumattomana. Hän voi yksinkertaisesti kokea, että ilme tai ele sopii annettuun tilanteeseen, eikä välttämättä edes tiedä mistä se on peräisin. Tällöinkin kyseessä on kuitenkin intertekstuaalinen viittaus, olkoonkin periaatteessa tiedostamaton sellainen.

Tulkitsen intertekstuaalisuuden pohjimmiltaan poeettiseksi viestinnäksi, sillä /r/reactiongifsin julkaisuissa rinnastetaan toisiinsa liittymättömät gif ja tilanteen kuvaus. Giftit toimivat ikään kuin vertauskuvina. Lisäksi tietoisessa intertekstuaalisuudessa on monesti läsnä ilmaisutehtävä, sillä gifin käyttäjä saattaa ilmaista omia mielenkiinnon kohteitaan ja kulttuurin tuntemustaan.

Tulevissa alaluvuissa käsittelen alkuun sitä, millaisista aineistoista gifit ovat peräisin ja mitä tavoitteita intertekstuaalisiin gifeihin liittyy. Lisäksi aineistossani on joitakin niin sanottuja remix-gifejä, joissa alkuperäistä materiaalia on manipuloitu jollain tavoin. Tämä on oma gifien alaluokkansa, joten olen valinnut senkin analysoitavaksi. Intertekstuaalisuuteen keskittyessä painotus on itse gifeissä, mutta toisinaan /r/reactiongifsin julkaisujen otsikoissakin tehdään viittauksia. Tästä esimerkkinä on viimeisessä alaluvussa tarkemmin analysoitu Michael Jackson Tide POD -julkaisu, joka tiivistää samalla muutkin alla esiteltyt intertekstuaalisuuteen liittyvät konseptit.

## 4.1.1 Gifien lähdemateriaalit

Gifien vaikuttavuus riippuu osittain niiden lähdemateriaalin tunnistettavuudesta, oli sitten kyse monille tutusta näyttelijästä tai itse tapahtuman ikonisyydestä (UHLIN 2014, 519–520). Aineistoni todistaa osaltaan väitettä, sillä se sisältää pääasiassa televisiosta, elokuvista ja viraalivideoista johdettua materiaalia. Päättellen siitä kuinka paljon suosiota ne ovat saaneet, /r/reactiongifsin jäsenet paitsi jakavat tunnistettavia gifejä, myös nauttivat niiden näkemisestä.

Tarkastellakseni millaiset lähdeaineistot ovat /r/reactiongifsin julkaisuissa yleisiä luokittelin tutkimusaineistoni gifien alkuperäiset lähteet oheisen taulukon mukaisesti (TAULUKKO 1). Havaintojen pohjalta valitsin kategorioiksi TV-sarjat, elokuvat, tapahtumat (tähän lukeutuvat esimerkiksi televisioidut palkintogaalat), urheilun sekä ”muut videot”, joka pitää sisällään

Julkaisu	TV	Elo-kuva	Tapah-tuma	Urhei-lu	Muu video
1. Net neutrality	x				
2. Old gifs					x
3. Older brother					x
4. Subway					x
5. Social media		x			
6. Date night			x		
7. Weird vase					x
8. US teacher		x			
9. Brooklyn 99			x		
10. 6 am					x
11. LazyTown			x		
12. The shooting	x				
13. Rich parents	x				
14. Bag of donuts			x		
15. Stupid videos	x				
16. Apple	x				
17. Fox News	x				
18. Xmas bonus				x	
19. Black Panther		x			
20. FB users				x	
21. Treadmill		x			
22. PornHub	x				
23. Disney		x			
24. Breakfast				x	
25. Logan Paul	x				
26. Dead soldier		x			
27. Gold edit		x			
28. Hollywood		x			
29. Tiki torch	x				
30. Busy restaurant		x			
31. Eminem		x			
32. Against FB				x	
33. Expedia		x			
34. Constipation		x			
35. Born in 2000		x			
36. Tax returns	x				
37. Pizza gif					x
38. \$999 monitor				x	
39. Pot with string			x		
40. Sleepover	x				
41. Recipes	x				
42. Last to order		x			
43. Murder charge	x				
44. Burrito					x
45. Friend leaves					x
46. Shutdown		x			
47. 0.3 seconds	x				
48. Skip ad		x			
49. 6 points		x			
50. Paul Rudd		x			

**Taulukko 1.** Gifien lähdemateriaalit

aiempiin kategorioihin sopimat-  
tomia gifejä. Käytännössä ”muita  
videoita” ovat YouTubessa ja  
muualla netissä julkaistut videot,  
jotka eivät ole lähtöisin jostain  
aiemmista kategorioista. Isoim-  
miksi kategorioiksi osoittautuivat  
elokuvaan (18) sekä TV-sarjoihin (14)  
pohjautuvat gifit, jotka muodostavat  
yhdessä 64% aineistosta.

On huomionarvoista, että kaikki  
aineiston 50 gifä on nimenomaan  
jostain valmiista lähdemateriaalista  
poimittuja. Joukossa ei ole yhtään  
sellaista tapausta, joka oltaisiin  
tehty suoraan gifiksi, eli esimerkiksi  
taiteilijan itse piirtämä ja animoimaa  
grafiikkaa. Tämä viittaa siihen, että  
gifin ilmaisuvoima todellakin näyttäisi  
perustuvan ennen kaikkea tunnistet-  
tavuuteen. Tämä voi tarkoittaa alku-  
peräisen lähdemateriaalin tunnistam-  
ista, jolloin lukijalla on jonkinlainen  
suhde elokuvaan, sarjaan tai muuhun  
viitattuun asiaan. Vaihtoehtoisesti  
lukija ei välttämättä tiedä mistä gifin  
hetki on peräisin, mutta tunnistaa  
itse gifin, jota on käytetty muissakin  
konteksteissa. Tällöin tunnistettavuus  
perustuu viraaliuteen ja toisaalta  
myös oivallukseen: olen nähnyt  
tämän ennenkin!

Tietyt gifit saavuttavat ajan myötä jopa  
aseman, jossa niistä tulee niin tunnet-  
tuja, että pelkkä sanallinen viittaus  
niihin riittää. Massanari (2015) käyttää  
esimerkinä videoklippii, jossa nainen  
kommentoi kotinsa tulipaloa uutisre-



**Kuva 4.** Gif kahdesta koirasta, joista toinen näyttää väsyneeltä. Otsikko: ”MRW someone picks me up at 6 am”.

portaasissa sanoin ”ain’t nobody got time for that” (s. 100). Siitä tehty gif on ainakin Redditin yhteisössä niin yleinen, että varsinaisen gifin sijaan ihmiset saattavat reagoida keskusteluissa yksinkertaisesti kirjoittamalla ”aintnobodygottime.gif”. He voivat olettaa, että muut aktiivit tunnistavat saman tien millaisesta reaktiosta on kyse pelkän kirjoitetun muodon perusteella. Gif korvaa sanoja, mutta on kiinnostavaa huomata, että erityisen yleisen gifin kohdalla suhde voi mennä myös toisin päin.

Reaktio-gifeillä voi ilmaista paitsi halumiaan eleitä, myös omaa kulttuurintuntemusta (MILTNER & HIGHFIELD 2017, 6–7). Gifien valmistaminen itsessään linkittyy monesti fanikulttuureihin, sillä ihmiset luonnollisesti ”giffaavat” ahkerasti niitä aineistoja, joista nauttivat. Gifien tuottaminen on samalla omanlainen kansankielisen kulttuurikritiikin muotonsa (NEWMAN 2016). Sopivaa hetkeä valitessaan ihminen tulee samalla analysoineensa elokuvaa tai sarjaa. Koska erillisiä original content -merkintöjä ei ole, luen aineistoani sillä oletuksella, ettei yksikään gifeistä ole julkaisun tekijän itsensä luoma. Sen sijaan muiden tekemien gifien käyttäminenkin voi muistuttaa samankaltaista analyyttistä valintaprosessia, jossa käyttäjä tulkitsee vaikkapa jonkin elokuvan tapahtumaa ja kokee sen sopivan haluamaansa kontekstiin.

Lähteen tunnistaminen saattaa syventää lukijan tulkintaa gifistä, mutta yleinen ymmärrys harvoin vaatii laajaa populaarikulttuurin tuntemusta. Monissa tapauksissa liikkuvasta kuvasta poimittujen hetkien keskeinen tarkoitus on yhden merkityksellisen eleen eristäminen, jolloin gifin tulkittavuus ei ole riippuvainen kontekstuaalisista vihjeistä (UHLIN 2014, 523). Vastaanottajaa enemmän intertekstuaalisuuden merkitys kohdistuu viestin lähettäjään, joka itse valitsee gifinsä. On mahdotonta sanoa, kuinka isossa osassa aineistostani käyttäjä tekee tietoisien viittauksen lähdemateriaaliin ja kuinka isossa puolestaan on kyse yksinkertaisesti siitä, että joku ilme vain sattuu tuntumaan osuvalta. Joka tapauksessa niissä julkaisuissa, joissa gif on valittu intertekstuaalisuus tiedostaen, on läsnä ilmaisutehtävä. Jakobsonin mallissa ilmaisutehtävä on puhuttelijaan liittyvä osa-alue, joka kertoo tämän omista asenteista ja lähtökohdista (JAKOBSON 1960, 22). Gif-valinta kertoo käyttäjän mieltymyksistä ja kulttuurintuntemuksesta samalla tavalla kuin puhutussa kielessä tietynlainen ääntämys voi kertoa mistä alueelta hän on kotoisin.

Jakobsonin mallin kautta tarkasteltuna tulkitsen /r/reactiongifsin intertekstuaaliset viittaukset myös poeettiseksi viestinnäksi. Nimestään huolimatta muillakin tekstityypeillä kuin runoudella voi olla poeettinen tehtävä, ja runoissakin se on dominoiva, muttei ainoa funktio (JAKOBSON 1960, 25). Gifien käytöstä poeettista tekee vertauskuvallisuus. Kuvaillessaan gifillä omaa tai jonkun toisen reaktiota tietyssä tilanteessa ihminen rinnastaa kaksi yleensä täysin toisistaan riippumatonta asiaa toisiinsa. Orwellin Eläinten vallankumouksessa maatilán eläimet ovat allegoria ihmisten muodostamalle yhteiskunnalle ja Venäjän vallankumoukselle, kun taas hieman arkisempaan tyyliin hassu gif koirasta on allegoria julkaisun aamu-uniselle kirjoittajalle (KUVA 4).

### 4.1.3 Remix-gifit

Monia gifejä käsitellään jollain tavoin materiaalin poimimisen ja gifin julkaisun välissä. Yleistä on esimerkiksi rajata pois epäolennaisia elementtejä, jolloin voidaan nostaa esiin vain vaikkapa tietyn hahmon kasvot. Aineistossani on kahdeksan gifia, joissa jälkikäsitteily on räikeämpää kuin pelkkä kuvan uudelleenrajaus. Näissä materiaaliin on lisätty jotain sellaista, mitä siinä ei alunperin ole ollut: tekstiä, uusia kuvaelementtejä ja jopa molempia yhtä aikaa. Nimitän näitä selkeästi käsiteltyjä tapauksia remix-gifeiksi. Remix on musiik-



**Kuva 5.** Gifissä on Jeff Bridges elokuvassa *The Big Lebowski*. Otsikko: "MRW I hear Trump say to a dead soldier's grieving widow 'He knew what he signed up for'"

kiteollisuudesta tuttu termi, jolla laajemmin ajateltuna tarkoitetaan kaikenlaista toimintaa, jossa valitaan otteita olemassa olevasta materiaalista ja muodostetaan niistä jotain uutta (NAVAS 2010). Määritelmää laajemmin tulkiten kaikenlainen reaktio-gifien käyttö on osa ilmiötä. Tässä alaluvussa keskityn kuitenkin yksittäisiin gifeihin, jotka on valmistettu remix-periaattein sekä niiden sisältämiin viestinnällisiin tehtäviin.

Aineistossani tyypillisin remixin muoto on tekstin lisäys, jota esiintyy seitsemässä gifissä. Yleensä kirjoitettu teksti vastaa sitä, mitä gifin hahmo sanoo alkuperäismateriaalissakin, kuten *The Big Lebowski* (1998) "You're not wrong [Walter], you're just an asshole" (KUVA 5). Tässä tapauksessa tekijä on kokenut olennaiseksi nimenomaan sen, mitä henkilö sanoo pelkän ilmeen tai eleen sijaan. Gifien käyttö onkin tapa siirtää sarjan, elokuvan tai muun kohteen huumoria täysin uusiin konteksteihin, joissa viesti on kuitenkin yhä osuva (BAKHSHI 2016, 583). Tähän gifin on liitetty otsikko "MRW I hear Trump say to a dead soldier's grieving widow 'He knew what he signed up for'". *The Big Lebowski*ssa esitetty vuoro sana soveltuu tilanteeseen, koska siinä missä jokainen sotaan lähtevä tiedostaa valintaansa liittyvät riskit, on kiistämättä tarpeetonta ja tökeröä muistuttaa sodassa kuolleen leskeä asiasta. Tämän kaltaisissa tilanteissa





**Kuva 6.** Alunperin blink-182 -yhtyeen First Date -musiikkivideosta otettuun gifiin on lisätty vesipiippu sekä tekstiä. Otsikko: "MRW Amazon delivers some kind of weird vase instead of the Xbox controller card I ordered"

tiedostettu intertekstuaalisuus on harvinaisen selvästi läsnä. Hahmon repliikkiin viitattaessa ei ole kyse pelkästään yksittäisestä eleestä, vaan myös elokuvan käsikirjoituksesta.

Joskus tekstin sijaan aineiston päälle lisätään uutta kuvamateriaalia, jolloin syntyy visuaalinen kerrostuma. Esimerkkijulkaisun kohdalla käsitelen tarkemmin Michael Jacksonia syömässä huuhteluainekapseleita. Toinen kerrostumaa hyödyntävä gif on sellainen, jossa hahmon käteen on lisätty vesipiippu (KUVA 6). Tällä puolestaan viitataan vuonna 2018 meemiksi nousseeseen videoon, jossa teinipoika on tilannut netistä itselleen tunnetusti kannabiksen polttoon käytetyn välineen. Videolla pojan äiti vaatii nähdä kun tämä avaa tilaamansa paketin, ja poika esittää olevansa yllätynyt sen sisällöstä. Hän väittää muun muassa oikeasti tilanneensa varaosan pelikonsolin ohjaimeen ja että kyseessä olisi jonkin sortin "omituinen maljakko", jotta ei jäisi kiinni mahdollisesta huumeidenkäytöstään.

Kaksi gifä viidestäkymmenstä on pieni osa, mutta kerrostumien viestinnällisiin tehtäviin liittyvä mielenkiintoinen havainto. Molemmissa tapauksissa, joissa kuvan päälle on lisätty uutta materiaalia, gifin merkitys muuttuu poikkeuksellisen tarkaksi. Seuraavassa alaluvussa käsiteltävän Tide POD Michael Jacksonin kohdalla gifin sisältö liittyy suoraan

otsikon osoittamaan aiheeseen, ja samoin käy What the frick -gifin kanssa. Siihen liitetty otsikko ”MRW Amazon delivers some kind of weird vase instead of the Xbox controller card I ordered” viittaa samaan suosittuun videoon, jonka pohjalta gif tehty. Koko julkaisun tehtävä on nostaa esiin meemi ja sitä kautta huvittaa muita ihmisiä, jotka ovat kyseisen videon nähneet. Tilanne poikkeaa tavallisesta reaktio-gifien käytöstä, joka perustuu suurelta osin siihen, että yhtä gifia voidaan käyttää lukuisissa eri asiayhteyksissä monitulkinnallisuuden ansiosta. Yhteen aiheeseen tiukasti tarraavaa gifia sen sijaan tuskin voi käyttää kovin monissa yhteyksissä, sillä siihen on sisäänrakennettu niin vahvasti tiettyjä merkityksiä.

/r/reactiongifsin julkaisuissa on pääasiassa poeettiseen tehtävään viittaavia piirteitä, mutta tilanne muuttuu niissä tapauksissa, joissa ostikko ja gif viittaavat samaan aiheeseen. Jakobsonin mukaan viesteissä, joissa poeettinen tehtävä on viittaustehtävää suurempi, voi yhä olla viitteitä, mutta ne ovat tulkinnanvaraisia (1960, 42). Edellä mainituissa esimerkeissä sen sijaan viitataan suoraan johonkin olemassa olevaan ilman tulkinnanvaraisuutta. Viitatus ilmion joko tunnistaa tai ei. Tällaisissa viesteissä on selkeä viittaustehtävä.

#### **4.1.4 Esimerkkijulkaisu: Tide POD Michael Jackson**

Esimerkkinä intertekstuaalisuudesta ja sen mukanaan tuomista tulkinnan tasoista otan tarkasteltavaksi julkaisun, joka /r/reactiongifsin toiseksi suosituin. Tide POD Michael Jacksoniksi nimeämäni julkaisu on päivitetty versio tutkielmassa aiemminkin sivutusta gifistä, jossa popitähti Michael Jackson syö popkornia. Tässä versiossa elokuvaosalissa istuva, punamustaan nahkatakkiin pukeutunut Jackson virnuilee innostuneena ja kauhoo suuhunsa Tide-merkkisiä huuhteluainekapseleita kirkkaan oranssista muovirasiasta (KUVA 7). Julkaisun otsikko on ”MRW Your [sic] need to update old gifs to fit in”.

Julkaisun täysi ymmärtäminen vaatii monenlaisia ennakkotietoja internetin sisäisestä kulttuurista. Tekijä viittaa otsikossa siihen, että vanhoja gifejä pitää päivittää uuteen uskoon jotta voisi kuulua joukkoon. Jotta vitsin voi täysin ymmärtää, täytyy siis ensinnäkin tunnistaa alkuperäisen Michael Jackson -gifin asema ikonisena reaktiona. Gif on ”vanha” siinä mielessä, että sitä on käytetty hyvinkin pitkään reaktiona erityisesti viihdyttävään internet-draamaan. Voidaan olettaa, että lähes jokainen /r/reactiongifsin jäsen tunnistaa tämän, sillä Redditiin





**Kuva 7.** Gif Michael Jacksonista on manipuloitu näyttämään siltä, että hän söisi huuhteluainekapseleita. Otsikko: "MRW Your need to update old gifs to fit in"

käyttäjäkunta koostuu niin vahvasti aktiivisesti internet-kulttuuriin perehtyneistä ihmisistä.

Alkuperän ymmärtäminen on kuitenkin vain puolet vitsistä. Mikä on tämä päivitys, jonka gifin tekijä on alkuperäiseen tehnyt? Täytyy palata vuoden 2018 kummalliseen ja ennen kaikkea vaaralliseen villitykseen nimeltään Tide POD Challenge. YouTubessa ja muissa verkkoyhteisöissä alkoi levitä haastevideoita, joissa pääasiassa teini-ikäiset ihmiset söivät Tide-merkin myrkyllisiä huuhteluainekapseleita. Haaste eskaloitui nopeasti pisteeseen, jossa YouTube alkoi omin ehdoin poistaa Tide POD -videoita ja myös Tide yhtiönä joutui ottamaan näkyvästi kantaa aiheeseen, korostaen ettei tuote ole tarkoitettu syötäväksi (KNOWYOURMEME 2019). Ilmiön absurdius teki siitä suuren naurunalaisen meemin, joka levisi laajaan tietoisuuteen. Tähän saumaan on iskenyt ensin päivitetyt Michael Jackson -gifin tekijä ja jälkeinpäin gifia Reddit-julkaisussaan hyödynttänyt käyttäjä.

Kun ymmärretään julkaisun kaksi osa-aluetta, saadaan näitä yhdistämällä vielä kolmas merkitys. Se syntyy gifin esittämästä tunnetilasta, joka on selkeän innokas ja nautiskeleva. Tämä voidaan tulkita tekijän ja samalla monen muun ihmisen reaktioksi itse Tide POD Challengeen. Moni nauttii suuresti interne-

tissä tapahtuvista absurdeista asioista, oli kyse sitten julkisuuden henkilöiden välisestä Twitter-draamasta tai teinien keskuudessa leviävistä älyvapaista päähänpistoista. Popkornia syövää Michael Jacksonia käytetään tyypillisimmin reaktiona juuri tällaisiin hetkiin, joissa halutaan ilmaista viihdyttävän tilanteen sivusta seuraamista.

Tide POD Michael Jackson -julkaisun päällimmäisenä tavoitteena on herättää lukijansa huomio vetoamalla tämän huumorintajuun ja tietämykseen liittyen internet-meemeihin. Tässä mielessä julkaisulla on vahva faattinen tehtävä: varsinaisen informaation välittämisen sijaan tarkoituksena on viihdyttää ja tämän kautta mahdollisesti luoda yhteyttä muihin yhteisön jäseniin. Yhteys syntyy myös viittaamalla suoraan gifeihin, jotka ovat /r/reactiongifsin keskeisin teema ja täten kaikkien sen jäsenten yhteinen mielenkiinnon kohde. Poeettinen funktio näkyy siinä, että julkaisun tekijä rinnastaa kaksi toisiinsa täysin liittymätöntä ilmiötä. Tässä tapauksessa kuitenkin viittaustehtävä on poeettista tehtävää dominoivampi samasta syystä kuin kappaleessa 4.1.3 sivutut tapaukset. Olennaista on olemassa olevan ilmiön esiin nostaminen ja sille nauraminen, ja gif itsessäänkin viittaa samaan aiheeseen kuin kirjoitettu otsikkokin. Tällainen kohdistuminen tekee Tide POD Michael Jacksonista muusta aineistosta poikkeavan, mutta hyvän esimerkin intertekstuaalisuuden keskeisestä asemasta. Julkaisu tekee tarkoituksella yhtä aikaa monta eri viittausta, jotka lukijan tulee tietää vitsin tajutakseen.

## 4.2 Tunneilmaisu

Yksi gifien keskeinen käyttötarkoitus on tunteiden ilmaisu. Tämä on selvää aineistoni kohdalla, jonka viidestäkymmenestä julkaisusta 48 sisältää jonkinlaisen tunnereaktion. Osassa tunne on helposti sanoin määriteltävissä, kuten ilo tai viha, kun taas osassa esitetään montaa eri tunnetta tai ne ovat muuten vain vaikeammin tulkittavissa. Monimerkityksellisyys ja tulkinnanvaraisuus ovatkin gifin isoimpia kommunikatiivista vahvuuksista (MILTNER & HIGHFIELD 2017, 4). Samalla tämä tuottaa haasteita sisällön analysoimisessa.

Tunteet mielletään usein täysin omakohtaisiksi kokemuksiksi, mutta todellisuudessa niiden pohjalla yleismaailmallisia, objektiivisesti mitattavissa olevia prosesseja. Näiden avulla ihminen säätelee käyttäytymistään sekä valmistautuu

ja toimii erilaisissa tilanteissa (NUMMENMAA 2017, 35). Tunteita voidaan jakaa omiin tunnejärjestelmiin, joita psykologit ovat kehittäneet lukuisia erilaisia. Käytän tässä tapauksessa yleisessä käytössä olevaa Ekmanin (1972) ehdottamaa jakoa: viha, ilo, pelko, inho, suru ja hämmästyks. Valmiit järjestelmät auttavat sanallistamaan tunteita, jotka ovat henkilökohtaisesta tuttuudesta huolimatta abstrakteja ja usein vaikeasti erotettavissa.

Reaktio-gifien intertekstuaalisuutta käsittelevien alalukujen tavoin myös tunneilmaisun tarkastelussa voidaan puhuta viestinnän poeettisuudesta. Jakobsonin esittelemä poeettinen funktio näkyy jälleen siinä, että julkaisun tekijä ilmaisee tunteitaan sijoittamalla ne jonkun toisen kehoon. Erityisen keskeinen funktio on ilmaisutehtävä, joka paljastaa puhuttelijan tuntemukset, asenteet, aseman, yhteiskuntaluokan ynnä muut sellaiset tekijät, jotka tekevät viestistä persoonallisen (FISKE 1994, 56). Tämä näkyy parhaiten niissä julkaisuissa, jotka on kirjoitettu ensimmäisessä persoonassa, eli esimerkiksi kaikissa lukuisissa MRW-alkuisissa otsikoissa. Kaikki /r/reactiongifsin reaktiot eivät ole automaattisesti henkilökohtaisia, vaan joukossa on myös muiden ihmisten näkökulmasta hypoteettisesti luotuja tilanteita.

Tulevissa alaluvuissa käsittelen sitä, miten gifeillä kuvataan tunteita ja millaiset tunteet ovat /r/reactiongifissä erityisen yleisiä. Tähän käytän apuna Ekmanin perustunteiden luokittelua. Lisäksi tutkin gif-julkaisujen henkilökohtaisuutta sekä samaistuttavuutta, jota pidän merkittävänä tavoitteena. Lopuksi esittelen Lily Mo Sheeniksi nimeämäni julkaisun esimerkkinä edellä käsitellyistä teemoista.

## **4.2.1 Gift tunneilmaisun välineinä**

Tehokkaimmiksi reaktio-gifeiksi on havaittu ne, joissa esiintyy kasvot (McCULLOCH 2019, 164). Aineistoni tukee väitettä yksiselitteisesti: jokaisessa 50 gifissä esiintyy joko ihmisen tai eläimen kasvot. Kaikissa paitsi kahdessa kasvot ja niiden ilmeet ovat tärkeässä roolissa. Kaksi poikkeavaa tapausta ovat samalla ainoat, jotka eivät suoraan keskitä tunteiden kuvaamiseen. Sen sijaan ne esittävät jonkinlaisia tekoja.

Jaoin aineistoni Ekmanin perustunnejärjestelmien mukaisiin lokeroihin (taulukko 3). Lisäksi määrittelin sen, onko julkaisun tunneilmaisu positiivista,

Julkaisu	Positiivinen	Negatiivinen	Ilo	Viha	Pelko	Inho	Suru	Hämmästys
1. Net neutrality	x		x					
2. Old gifs	x		x					
3. Older brother								x
4. Subway		x				x		x
5. Social media		x		x				
6. Date night	x		x					x
7. Weird vase								x
8. US teacher								
9. Brooklyn 99					x			x
10. 6 am								
11. LazyTown					x			x
12. The shooting								
13. Rich parents		x			x			
14. Bag of donuts	x		x					x
15. Stupid videos		x					x	
16. Apple	x		x					
17. Fox News		x				x		
18. Xmas bonus		x					x	
19. Black Panther		x				x		x
20. FB users		x				x		
21. Treadmill	x							
22. Pornhub			x					x
23. Disney	x		x			x		
24. Breakfast	x		x					x
25. Logan Paul		x		x				
26. Dead soldier		x		x				
27. Gold edit		x		x		x		
28. Hollywood								
29. Tiki torch		x				x		x
30. Busy restaurant	x							
31. Eminem		x				x		
32. Against FB	x							
33. Expedia		x				x		x
34. Constipation		x			x	x		
35. Born in 2000								
36. Tax returns		x		x				
37. Pizza gif		x		x				
38. \$999 monitor	x		x			x		
39. Pot w/ string								x
40. Sleepover	x		x					x
41. Recipes		x				x		
42. Last to order	x					x		
43. Murder charge		x		x				
44. Burrito		x			x			x
45. Friend leaves	x		x					
46. Shutdown		x		x		x		
47. 0.3 seconds		x		x				
48. Skip ad		x				x		x
49. 6 points	x							
50. Paul Rudd	x		xx					x

**Taulukko 2.** Gif-julkaisujen tunneilmaisu



**Kuva 8.** Gif hämmästyneestä koirasta.  
Otsikko: "MRW I find out I'm going to  
be an older brother in my thirties"

negatiivista vai neutraalia. Tarkoituksena oli saada käsitys siitä, millainen vallitseva ilmapiiri /r/reactiongifsissä on. Erityisesti jälkimmäinen luokittelu osoittautui kuitenkin ongelmalliseksi. Osaa tunteista on hyvin vaikea määrittää positiiviseksi tai negatiiviseksi. Esimerkiksi gif hämmästyneestä koirasta (kuva 8) ei ole suoranaisesti kumpaakaan. Kontekstiinkaan asetettuna se ei paljasta suoraan, suhtautuuko julkaisun tekijä positiivisesti vai negatiivisesti kuvailemaansa tilanteeseen, jossa hän on saanut kuulla että hänestä tulee isovelji kolmekymppisenä. Silti neutraalikaan ei tunnu oikealta sanalta kuvata reaktiota, sillä voiko mikään tunne lopulta olla täysin neutraali?

Harmaasta alueesta huolimatta aineisto voidaan erotella karkeasti, ja tämän jaon mukaan /r/reactiongifsin tunteiden kuvausta sisältävistä julkaisuista 16 kallistuu positiivisen ja 23 negatiivisen puolelle. Jäljelle jää yhdeksän julkaisua, jotka jäävät jonnekin tämän skaalan välille. Näiden tulosten perusteella vaikuttaisi siltä, että yhteisössä on tyypillisintä ilmaista tavalla tai toisella negatiivisia tunteita. Tämä ei suoranaisesti yllätä, ottaen huomioon että esimerkiksi Massanari (2015) on todennut Redditissä vallitsevan kyynisen ilmapiirin sekä itseä että insituutioita kohtaan (s. 40). Ilmiö kytkeytyy tulevassa alaluvussa 4.3 käsiteltävään kommentointiin: käyttäjät esittävät

kriittisiä mielipiteitä ympäröivästä maailmasta osoittamalla negatiivisia tunteita aiheitaan kohtaan. Toisaalta negatiiviset tunteet kohdistuvat myös henkilökohtaiseen, arkiseen elämään, kuten siihen, että on unohtanut tehdä veroilmoituksen ajoissa.

Myös tunnejärjestelmiin luokittelu on joissain tapauksissa vaikeaa. On mahdollista osoittaa useaa eri perustunnetta yhtä aikaa (EKMAN 2013, 19), ja tällä perusteella laskinkin osan julkaisuista useampaan kategoriaan. Tällaisia on yhteensä 16, eli kolmasosa aineistosta. Samaten jätin joitakin julkaisua täysin luokittelematta, sillä esimerkiksi väsymys on kyllä eräänlainen tunne, mutta ei sovi tulkintani mukaan mihinkään perustunnejärjestelmään.

Se, että julkaisuja on vaikea luokitella selkeästi omiin lokeroihinsa tai jakaa positiivisiin ja negatiivisiin tunteisiin kertoo /r/reactiongifsin viestinnästä ja ylipäättään gifeistä paljon. Gifejä käytetään monesti kuvaamaan tunteita, joita on vaikea selittää sanoin (SAMERMIT 2018, 29). Samaten yhdellä liikkumattomalla kuvalla tai esimerkiksi emojiiden yhdistelmällä on vaikea saavuttaa yhtä tarkkaa kuvausta kuin gifillä. Yksi tähän vaikuttava tekijä on liike. Staatisen kuvan sijaan liikkeeseen voi sisältyä täysi draaman kaari alkuasetelmiseen ja huipentumiseen, tai sitten gif saattaa leikitellä tällä dynamiikalla jättäen katsojan jatkuvasti vaille loppuratkaisua (MILNER & HIGHFIELD 2017, 6). Yhteen gifiin voi mahtua monta tunnetilaa, mikä laajentaa sen merkityksiä.

Aineistoni perustunnejärjestelmistä yleisin on hämmästyks, joka näkyy 16 julkaisussa. Hämmästyks on tunteena toisinaan epäselvä ja saatetaankin sekoittaa usein esimerkiksi pelkoon (EKMAN 2013, 44). Tämä mahdollinen epäselvyys sopii yhteen muiden havaintojeni kanssa, joiden perusteella gifien kuvaamat tunteet ovat harvoin yksioikoisia.

Toinen yleisesti kuvattu tunne on inho, joka tulee esiin 14 julkaisussa. Inho eroaa toisesta negatiivisesta tunteesta, vihasta, niin sanotun motivaatiotilansa takia. Vihaan liittyy lähestymismotivaatio ja oman etujen turvaaminen hyökkäämällä, kun taas inhoa ohjaa välttämismotivaatio (NUMMENMAA 2017, 36). Toisin sanottuna inhoksi luokittelen ne julkaisut, jotka eivät ole suoran aggressiivisia, vaan ilmaisevat enemmänkin jonkinlaista tyytymättömyyttä tai halveksuntaa. Muiden halveksunta onkin huomattava teema /r/reactiongifsin viestinnässä, linkittyen muutenkin Redditin kyyniseen ilmapiiriin. Tällaista inhoa osoittaa esimerkiksi julkaisu otsikolla ”Eminem’s reaction



**Kuva 9.** Gif Clint Eastwoodista, joka näyttelee Walt Kowalskista elokuvassa *Gran Torino* (2008). Otsikko: "Eminem's reaction when he sees all the young rappers tweeting about how cool it is to be dissed by Eminem."

when he sees all the young rappers tweeting about how cool it is to be dissed by Eminem". Tällä viitataan Eminemin vuonna 2018 julkaisemaan levyyn, jonka lyriikat sisältävät paljon kritiikkiä nuoremman polven räppäreitä kohtaan sekä tästä seuranneeseen ilmiöön, jossa kyseiset nuoret räppärit innostuivat saamastaan huomiosta. Julkaisuun liitetty gif (kuva 9) Clint Eastwoodin kuvottuneesta ilmeestä kuvastaa kirjoittajan näkemystä siitä, miten Eminem suhtautuu tilanteeseen halveksuvasti. Samalla tulkitseen julkaisun antavan vihiä siitä, ettei kirjoittaja itsekään pidä nuorempia räppäreitä kovinkaan korkeassa arvossa.

/r/reactiongifs ei ole täysin negatiivisuudessa rypevä yhteisö, vaan myös iloa ilmaisevia julkaisuja on 14. Näistä periaatteessa positiivisissakin tunneilmaisuuksissa voi olla kuitenkin läsnä kyyninen alavire, sillä tulkitseen viisi julkaisua jonkinlaiseksi ilkkumiseksi. Tätä on muun muassa naurureaktion liittäminen otsikkoon, joka käsittelee Applen 999 dollaria maksavaa näytön pidikettä.

Ilmaisutehtävää kustutaan englanniksi vaihtelevasti nimillä *emotive function* tai *expressive function*, joista varsinkin edeltävä on jokseenkin harhaanjohtava, sillä tehtävä ei pohjimmiltaan liity ihmisen



tunteisiin (HÉBERT 2011). Pikemminkin se viittaa aivan kaikkeen, minkä sanoma paljastaa puhuttelijasta, joista tunnetila on tietenkin vain yksi. Tässä osiossa se on luonnollisesti myös keskeisin. Tunteiden ilmaisu gifein on myös poeettista viestintää, kuten intertekstuaalisuus-alaluvuissa esitinkin. Käyttäjät heijastaa omat tuntemuksensa jonkun toisen kehoon liikkeisiin ja kasvojen ilmeisiin.

## 4.2.2 Henkilökohtaisuus ja samaistuttavuus

Suorassa viestintätilanteessa kuten chat-viesteissä gifillä voi ruumiillistaa käyttäjänsä senhetkisen tunnereaktion, minkä kirjallinen muoto muuten estäisi (SAMERMIT & TOLINS 2016, 76). Reddit-julkaisut sen sijaan ovat niin sanottuja hypoteettisia reaktioita: sen sijaan että kirjoittaja reagoisi jonkun muun kertomaan, hän asettaa itse valitsemansa hypoteettisen tilanteen ja heti perään gifin kuvastamaan reaktiotaan kyseisessä tilanteessa (BAKHSI 2016, 583). Reaktio voi olla hypoteettinen myös siinä mielessä, että julkaisu tehdään jonkun muun ihmisen näkökulmasta. /r/reactiongifsissä ilmaistaan esimerkiksi amerikkalaisten opettajien, rikkaiden vanhempien ja edellisen alaluvun tavoin räppäri Eminemin reaktioita annettuihin tilanteisiin. Näitä muiden reaktioita kuvaavia tapauksia on kuitenkin yhteensä vain seitsemän, eli yhteisön viestintä on lähtökohtaisesti henkilökohtaista.

Henkilökohtaisuutta korostaa se, että 38 otsikkoa sisältää MRW-lyhenteen (*My Reaction When*). Omien tunteiden ilmaisu on niin yleistä, että sille on oma aikaa säästävä lyhenteensä, jonka yhteisön jäsenet automaattisesti tunnistavat. Uskon myös, että MRW-alkuisten otsikoiden yleisyys itsessään ruokkii sitä, että uusia julkaisuja tehdään yhä lisää tässä samassa formaatissa. Kyseessä tuntuu olevan /r/reactiongifsin jonkin sortinen kirjoittamaton sääntö, josta harva poikkeaa. Tunteita ilmaisevien julkaisujen lähtökohtainen henkilökohtaisuus korostaa ilmaisutehtävää. On vaikeaa puhua omasta reaktiostaan johonkin tilanteeseen paljastamatta jotain itsestään.

Reddit-julkaisut eivät suoranaisesti ole internet-meemejä sellaisenaan, mutta selkeiden yhtäläisyyksien pohjalta tuntuu luontealta rinnastaa nämä kaksi asiaa. Meemit perustuvat pohjimmiltaan kierrättämiseen ja matkimiseen (SHIFMAN 2014, 41). Yhtä lailla /r/reactiongifsin kaikki viestintä pohjautuu tietynlaisen formaatin noudattamiseen, osittain myös toistuvien aihepiirien käsittelyyn, ja gifit itsessään ovat nimen omaan kierrättämiseen pohjautuva



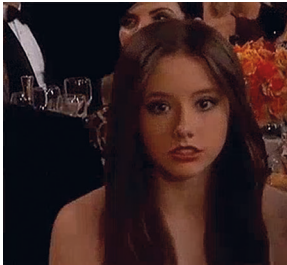
resurssi. Yksittäisen meemin suosio perustuu usein osittain siihen, että moni samaistuu siihen (MILNER 2012, 284). Tämä pätee myös aineistooni, jonka henkilökohtaiset tunneilmaisut suorastaan kutsuvat muita samaistumaan. Pidän hyvin todennäköisenä samaistuttavuutta osasyynä sille, miksi juuri nämä 50 julkaisua ovat yhteisön suosituimmat.

Samaistuttavuutta tavoitteleva viestintä on faattista, sillä kyse on nimen- omaan yhteyttä vahvistavasta toiminnasta. Tulkitsen faattisuuden paikoi- tellen jopa ilmaisutehtävää olennaisemmaksi. Vaikka käyttäjät kertovat selvästi omista tunteistaan, kyse ei ole kuitenkaan mistään bloggaamisesta tai muusta itsensä korostamiseen pohjautuvasta toiminnasta. Julkaisujen kerto- muksista hyvin harva on aidosti henkilökohtainen siinä mielessä, että siinä puhuttaisiin jostain uniikista kokemuksesta tai syvistä tunteista. Päin vastoin tavoitteena on ilmaista tarpeeksi yleisiä tunteita, jotta mahdollisimman moni kokee ne omikseen.

### 4.2.3 Esimerkkijulkaisu: Lily Mo Sheen

Esimerkkinä tunteiden kuvaamisesta käytän julkaisua, jota kutsun gifin mukaisesti nimellä *Lily Mo Sheen* (KUVA 10). Gifissä nuori nainen on otta- massa hörppyä viinilasista, kunnes hän huomaa kameran lähestyvän, laskee lasin hätäntyneenä lasin alas ja alkaa taputtaa, pälyillen samalla ympärilleen. Ympäristönä on jonkinlainen gaalaillallinen ja taustalla näkyy muita taputtavia ihmisiä. Julkaisun kommenttiosiossa osataan kertoa gifin henkilön olevan Lily Mo Sheen ja tapahtuma vuoden 2014 Golden Globe -gaala. Lily Mo Sheen ei itsessään ole näyttelijä tai muu suoranainen julkimo, vaan näyttelijöiden Kate Beckinsalen ja Charlie Sheenin tytär. Toisin kuin monissa muissa laajalti käyte- tyistä gifeistä, tämän ilmeinen suosio ei siis perustu siinä esiintyvän henkilön ikonisuuteen. Sen sijaan itse reaktio on jutun juu.

Julkaisun otsikko on ”MRW as someone who has never watched *Brooklyn Nine- Nine* seeing its been cancelled and picked up again”. Tällä viitataan suosittuun amerikkalaiseen komediasarjaan, jonka televisioyhtiö Fox päätti lopettaa keväällä 2018. Pian tapahtuneen jälkeen toinen kanava, NBC, teki sopimuksen sarjan jatkamisesta. Sarjan ensin pettyneet ja sittemmin ilahtuneet fanit riemuitsivat ilouutisesta kaikkialla ympäri nettiä, oletettavasti siis myös Redditissä. Julkaisun tekijä osoittaa kokevansa ulkopuolisuutta näihin faneihin nähden, sillä hän



**Kuva 10.** Gifissä Lily Mo Sheen reagoi kuvatuksi tulemiseen. Otsikko: "MRW as someone who has never watched Brooklyn Nine-Nine seeing its been cancelled and picked up again"

ei ole koskaan katsonut sarjaa. Lily Mo Sheenin tavoin hän kuitenkin "taputtaa mukana", ymmärtämättä mistä on oikeastaan kyse.

Täysin samaa gifä on käytetty myös toisessa julkaisussa, joka on hyvin samankaltainen kuin varsinainen esimerkkini. Tässä otsikkona on "Logging in today as a middle-aged redditor who did not grow up watching *LazyTown*". *LazyTown* oli 2010-luvun alkupuoliskolla lähetetty islantilainen lastenohjelma, joka saavutti aseman meeminä muun muassa tarttuvien musiikkinumeroitten ansiosta. Kun yksi sarjan näyttelijöistä, Stefán Karl, menehtyi syöpään vuonna 2018, fanit aktivoituivat ja muun muassa aloittivat kampanjan, jonka tavoitteena oli saada Stefán Karlin YouTube-kanavalle miljoona tilaajaa (HERNANDEZ 2018). Internet, myös Reddit, siis täyttyi hetkeksi *LazyTown*nista, jota julkaisun tekijä ei ole katsonut – sama asetelma kuin Brooklyn Nine-Nine -julkaisussa.

Molempien julkaisujen perusteella Lily Mo Sheen vaikuttaisi olevan täydellinen gif juuri niihin tilanteisiin, joissa halutaan ilmaista omaa poikkeavuutta muuhun yhteisöön nähden. Samalla se osoittaa pyrkimystä osallistua jollain tavoin vallitsevaan keskusteluun, vaikka itsellä ei olisikaan mitään hajua siitä, mitä ympärillä oikeastaan tapahtuu.

Ekmanin tunnejärjestelmien perusteella jaoteltuna gif kuvaa hämmästyksiä, jonka laukaiseva tekijä on odottamaton tilanne ja joka evoluution näkökulmasta ohjaa ihmistä valmistautumaan (NUMMENMAA 2017, 36). Gifin tapauksessa odottamaton tilanne on kameran kohdentaminen Lily Mo Sheeniin, kun taas julkaisun tekijän kohdalla hämmästyksi syntyy muun yhteisön yhtäkkisestä reaktiosta itselle vieraaseen TV-sarjaan. Sekä Lily Mo Sheen että Reddit-käyttäjät kokevat kuitenkin tarvetta esittää olevansa tilanteen tasalla, mahdollisesti peläten jonkinlaista julkista nöyryytystä. Toki julkaisun tekijä ei sitä oikeasti pelkää, sillä hän nimenomaan nostaa esiin oman tietämättömyytensä. Niin kuin /r/reactiongifsin tunneilmaisussa yleisestikin, yhtenä tavoitteena on herättää samaistumista muista samassa tilanteessa olevilta käyttäjiltä.

Jos Lily Mo Sheenin gifissä esittämä tunneskaala pitäisi pistää sanoiksi, kulkisi se jostain omassa maailmoissaan oleilusta yllättymisen kautta hätäantyneeseen ja näyteltyyn myötäilyyn, jopa häpeään. Toisin ilmaistuna sanallistaminen on vaikeaa, peräkkäisiä ja päällekkäisiä tunteita on monta. Kuten aiemmin on todettu, gifin vahvuutena onkin juuri tällaisten vaikeiden tunteiden tiivistäminen nopeasti ymmärrettävään ja samaistuttavaan muotoon. Tässä kohtaa myös luoppaava liike itsessään vaikuttaa paljon tunteen kuvaamiseen, sillä se mahdollistaa tilanteen, jossa voidaan esittää sekä lähtöpiste että päätös.

Esimerkijulkaisussa esiintyvät näkyvimmin ilmaisutehtävä, poeettinen tehtävä ja faattinen tehtävä. Ilmaisutehtävä ilmenee henkilökohtaisessa otteessa. Julkaisu on kirjoitettu ensimmäisessä persoonassa ja ennen kaikkea tuo esiin käyttäjän oman aseman henkilönä, joka ei ole katsonut muuten hyvin suosittua sarjaa ja kokee tämän takia jonkinlaista ulkopuolisuutta. Poeettinen tehtävä on läsnä syystä, jonka esittelin intertekstuaalisuutta käsittelevissä alaluvuissa: gif on vertauskuva käyttäjänsä reaktiolle kirjaimellisen viittauksen sijaan. Faattisen viestistä puolestaan tekee sen pyrkimys luoda yhteys muihin samankaltaisessa tilanteessa oleviin ihmisiin. Yhteys näkyy selkeimmillään julkaisun saamisessa myötämielisissä kommentteissa ja upvote-äänten määrässä. Nostaisinkin faattisen tehtävän lopulta merkittävimmäksi aspektiksi, sillä tulkintani mukaan /r/reactiongifsin tunneilmaisussa niin keskeistä on samaistuttavuuden tavoite.

## 4.3 Kommentointi

Tunneilmaisun lisäksi /r/reactiongifsin julkaisut toimivat omanlaisinaan kommentteina. Kommentit koskevat lukuisia aiheita arkisista ärsytyksen aiheista kansainväliseen politiikkaan. Pääsääntöisesti tämä tapahtuu tunneilmaisun lomassa: samalla kun käyttäjä kertoo tunteuksistaan liittyen tiettyyn aiheeseen, hän tulee enemmän tai vähemmän rivien välissä ilmaiseeksi myös omaa mielipidettään. Lasken kommentteiksi myös julkaisut, jotka eivät ole niinkään oman mielipiteen esittämistä vaan jonkin aiheen esiin nostamista. Tämä objektiivisempi lähtökohta on niissä julkaisuissa, jotka on kirjoitettu jonkun muun kuin omasta näkökulmasta.

Henkilökohtaisten tarinoiden ja yleismaailmallisten aiheiden sijaan nostan esiin ajankohtaiset aiheet. Ne ovat tärkeä osa /r/reactiongifsin viestintää, sillä lähes puolet ovat olleet julkaisuhetkellään ajankohtaisia. Aiheista osa on yhteiskunnallisia, kun taas osa kommentoi jotain ”vähemmän merkittävää” aihetta kuten pinnalla olevaa elokuvaa.

Gifeillä kommentointi pitää sisällään lukuisia viestinnän keskeisiä tehtäviä. Puhuttaessa tosimaailman tapahtumista näkyy julkaisuissa viittaustehtävä. Henkilökohtaisen mielipiteen esiin tuominen osoittaa ilmaisutehtävää samalla tavalla kuin tunteiden ilmaisukin. Lisäksi havaittavissa on vaikuttamistehtävä, joka ei kuitenkaan ole dominoiva vaan jokseenkin piilotettu.

Tässä osiossa tarkastelen ajankohtaisia aiheita käsitteleviä julkaisuja. Esittelen keskeisiä teemoja, mitä ne kertovat /r/reactiongifsistä sekä sitä, miten mielipiteet käytännössä tulevat esille. Lopuksi tutkin jälleen käsittelemiäni aiheita ja viestinnän tehtäviä Ron Swanson -esimerkkijulkaisussa, joka liittyy olennaisesti julkaisuhetkellään esillä olleeseen ajankohtaiseen, yhteiskunnalliseen ilmiöön.

### 4.3.1 Ajankohtaiset aiheet

Osana osallistavaa kulttuuria on yhteiskunnallinen aktivismi. Meemit ovat yksi aktivismin ilmentymä, joka on laajentanut yleistä käsitystä siitä, mitä poliittinen osallistuminen on. Samalla osallistumisen kynnys on madaltunut ja saavuttanut aiempaa nuorempia kansalaisia (SHIFMAN 2014, 120). Redditissä yhteiskunnallisia aiheita puidaan aika ajoin, mutta on syytä epäillä,



**Kuva 11.** Gifiin on yhdistetty kolme pätkää *Arrested Development* -sarjasta, joista jokaisessa hahmo pyörittelee silmiään. Otsikko: "My reaction whenever Fox News uses the term "mainstream media" as if it somehow doesn't apply to them"

kuinka moni suhtautuu niihin aidolla palolla ja kuinka moni toteuttaa vain niin sanottua nojatuoliaktivismia (MASSANARI 2015, 45). Kuitenkin /r/ reactiongifsissäkin ajankohtaiset aiheet ovat selkeästi läsnä. Joissakin julkaisuissa kyse on suorista kannanotoista, kun taas osassa valittu aihe yksinkertaisesti nostetaan esiin anekdootin omaisesti.

Aineistosta liki puolet, 22 julkaisua, käsittelee jotain ajankohtaista aihetta. Näistä 12 keskittyy johonkin yhteiskunnalliseen, suuresti uutisoituun aiheeseen. Loput kymmenen liittyvät joko julkisuuden henkilöihin ja populaarikulttuuriin tai internetissä tapahtuviin ilmiöihin. Lasken ajankohtaisiksi myös yhteiskunnallisesti ei-niin-merkittävät, "turhanpäiväiset" teemat, sillä näistäkin yhteisön jäsenet esittävät mielipiteitään.

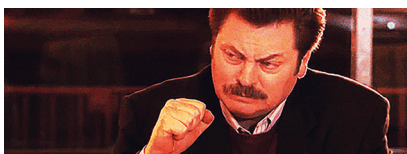
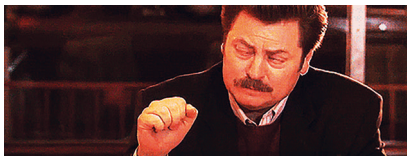
Mielipiteen ilmaisu ei missään vaiheessa ole täysin suoraa, esimerkiksi muodossa "olen sitä mieltä, että x". Kuitenkin kymmenessä julkaisussa tunnetta kuvaava gif yhdistettynä tilannetta kuvaavaan otsikkoon ei jätä paljon arvailun varaan. Yksi käyttäjä reagoi *Arrested Development* -sarjasta poimituilla silmien pyörityksillä (KUVA 11) amerikkalaisen uutiskanava Fox Newsin väittäessä olevansa jotain muuta kuin valtavirtamediaa. Ele kertoo selkeästi, että julkaisun tavoitteena on kritisoida Fox Newsia.

Fox News -julkaisu liittyy myös laajemmin Redditiin yhteisönä. Tietoliikenteen seurantaan keskittyvän Alexa-sivuston (2020) mukaan sivustolle kohdistuu eniten vierailuja Yhdysvalloista (43%), Isosta-Britanniasta (8%) ja Kanadasta (6%). Prosenttilukujen perusteella yhdysvaltalaisen käyttäjien läsnäolo Redditiissä on ylivoimainen muihin yksittäisiin maihin verrattuna, ja tämä tulee väistämättä esiin myös /r/reactiongifsissä. Julkaisusta kahdeksan, siis lähes viidesosa, liittyy spesifisti Yhdysvaltoihin yhteiskuntana sekä valtion harjoittamaan politiikkaan. Myös muun maalaiset osallistuvat Redditiissä amerikkalaisia aiheita käsitteleviin keskusteluihin, ja toisaalta muun maailman tapahtumista keskustelun ja meemien alaiseksi pääsevät sellaiset, jotka yltävät Yhdysvalloissa uutisiin (MILNER 2012, 2015).

Koska aineisto rakentuu suosituimmista julkaisuista, esitetyt mielipiteet kertovat kokonaisuudessaan /r/reactiongifsin ja mahdollisesti samalla myös koko Redditiin yleisestä ilmapiiristä. Tunnereaktioiden samaistuttavuuteen liittyvässä aluvussa tulkitsin, että aineistoni julkaisujen suosio johtuu osittain siitä, että yhteisön jäsenet ovat samaistuneet niihin. Yhtä lailla ajankohtaisia aiheita käsittelevät julkaisut saavat todennäköisesti suurimman osan upvote-äänistään ihmisiltä, jotka ovat samaa mieltä. Toisaalta erityisesti poliittisia aiheita käsittelevissä tapauksissa tavoitteena voi olla samanmielisten lisäksi myös eri mieltä olevien huomion herättäminen. Provosointi ja niin sanottu trollaaminen ovat hyvin tyypillistä kommunikaatiota kaikkialla ympäri internetiä, eikä /r/reactiongifsikään säästy tältä. Aineistoni julkaisuissa ilmaistut mielipiteet pohjaavat suosionsa perusteella kuitenkin jonkinlaiseen konsensukseen, vaikka varmasti jokainen mielipide sohaiseekin aina jotakuta yhteisön jäsentä.

Samanmielisten tavoittelu on jälleen faattista kommunikaatiota. Sen lisäksi että kommentoivat julkaisut saavat tekijänsä kokemaan ainakin näennäistä yhteyttä muihin, ne voivat myös vahvistaa yhteisön kollektiivista identiteettiä esimerkiksi tiettyjen poliittisten kantojen suhteen. Lisäksi ajankohtaisia aiheita käsittelevissä julkaisuissa on läsnä viittaustehätävä. Viittaustehtävän sisältävä sanoma pyrkii ”tarkkaan vastaavuuteen esitettävän asian kanssa” (FISKE 1994, 56). Reddit-julkaisut eivät pääasiassa ole suoranaista asiaviestintää, mutta pohjimmiltaan moni kyllä viittaa todellisiin asioihin, tai kuten Shifman (2014) ilmaisee, ”ulkomaailmaan” (s. 41). Ulkomaailmaksi voi tässä tapauksessa tulkita /r/reactiongifsin ulkoisen maailman. Liitän mielipiteen ilmaisuihin myös vaikuttamistehtävän. Yhdessäkään julkaisussa se ei ilmene imperatiivilauseena, josta Jakobsonin (1960) mukaan vaikuttamistehtävän monesti tunnistaa (s. 23). Tulkitsen kuitenkin osaa julkaisuista epäsuoraan vaikuttamiseen pyrkivinä





**Kuva 12.** Gif voitonriemuisesta ja liikuttuneesta Ron Swansonista. Otsikko: "MRW when the front page of Reddit is all pro net neutrality"

tekoina, koska varsinkin yhteiskunnallista aihetta, esimerkiksi Fox Newsin väitteitä, subjektiivisesti kommentoidessaan ihminen saattaa samalla pyrkiä ohjaamaan myös muiden mielipiteitä samaan suuntaan.

### 4.3.3 Esimerkkijulkaisu: Ron Swanson

Käytän esimerkkinä mielipiteiden ilmaisusta ja ajankohtaisista aiheista /r/reactiongifsin kaikkien aikojen suosituinta julkaisua. Gifissä (kuva 12) viiksekäs mies puristaa kättään nyrkkiin. Hänen kasvoillaan on vakava, liikuttunut ilme. Materiaali on peräisin yhdysvaltalaisesta satiirisesta komediasarjasta *Parks and Recreation*. Fiktiivisen Pawneen kaupungin byrokraattisiin kiemuroihin ja niitä pyörittäviin henkilöihin keskittyvää sarjaa lähetettiin seitsemän kautta, alkaen vuodesta 2009 ja päättyen vuoteen 2015. Gifin hahmo on Nick Offermanin näyttelemä Ron Swanson, Pawneen puisto-osaston päällikkö ja kunnallispolitiikan vahva vihaaja. Kaikessa karrikoidussa maskuliinisuudessaan hahmo on yksi sarjan rakastetuimpia fanien keskuudessa.

Otsikko puolestaan osoittaa kirjoittajan kannan verkkoneutraliteettia kohtaan sanoin "MRW when the front page of Reddit is all pro net neut-

ality”. Suomessa internetin avoimuutta turvataan EU:n säätelyiden avulla, joiden mukaan operaattori ei voi esimerkiksi rajoittaa liikennettä tietyille verkkosivuille (TRAFICOM 2019). Yhdysvalloissa tilanne ei kuitenkaan ole ollut yhtä suotuisa. Reddit on yhteisönä ottanut kantaa tilanteeseen muun muassa loppuvuodesta 2017, jolloin sivuston etusivu vallattiin lähes taukoamattomalla verkkoneutraliteettia tukevalla ja yhdysvaltalaisia päättäjiä kritisoivalla sisällöllä (INGRAM 2017). Ron Swanson -gifin julkaisija viittaa tähän ilmiöön. Kuten monissa muissakin /r/reactiongifsin julkaisuissa, tässä mielipidettä ei ilmaista suoraan muodossa ”olen sitä mieltä, että...” vaan se tapahtuu tunnelilmaisun kautta. Käyttäjä on liikuttunut ja ylpeä Redditin joukkovoimasta internetin rajoittamista vastaan, ja näin hän kertoo olevansa itsekin kyseistä asiaa vastaan.

Mitä yhteiskunnallisiin keskusteluihin tulee, internetin vapauteen, piratismiin ja sananvapauteen liittyvät teemat ovat kauttaaltaan sellaisia, joihin Redditissä otetaan erityisen aktiivisesti kantaa. Tämän voi tulkita osittain omien etujen ajamiseksi: käyttäjät jakavat keskenään jonkin verran piratoitua materiaalia, monet redditorit ovat kytköksissä teknologiateollisuuteen ja lisäksi sivuston perustajat ovat näkyvästi sitoutuneet avoimen lähdekoodin periaatteisiin (MASSANARI 2015, 45). Ei ole siis yllättävää, että verkkoneutraliteetti sai ja saa edelleen Redditin käyttäjät nousemaan barrikadeille.

Jakobsonin funktioista Ron Swanson -tapauksessa ilmenevät viittaustehtävä, ilmaisutehtävä, poeettinen tehtävä ja faattinen tehtävä. Kuten edellisissäkin esimerkkijulkaisuissa, ilmaisutehtävä näkyy siinä, kuinka kirjoittaja paljastaa samalla omaa henkilökohtaista suhtautumistaan aiheeseen. Poeettinen tehtävä, jälleen kerran, on läsnä gifin vertauskuvallisuudessa ja faattinen tehtävä liittyy yhteyden ylläpitämiseen: uuden informaation sijaan kirjoittaja kertoo jotain, jonka kaikki Redditissä tässä kohtaa jo tietävät. Tarkoitus on siis lähinnä ottaa osaa laajempaan ilmiöön. Viittaustehtäväksi puolestaan tulkitsen sen, että tunnelilmaisun (*My Reaction When* + reaktio-gif) lisäksi otsikossa on toteava osa ”the front page of Reddit is all pro net neutrality”. Toteavat lauseet usein aktivoivat viittaustehtävän (HÉBERT 2011). Paitsi toteava, väite on myös tosi-peräinen, sillä Redditin etusivu todellakin on julkaisuhetkellä ollut täynnä verkkoneutraliteettiin liittyviä julkaisuja. Tiivistysti julkaisun tavoitteina on ensisijaisesti mielipiteen ja toissijaisesti tunteen ilmaisu. Lisäksi se nostaa esiin todellisen ilmiön ja samalla ottaa osaa yhteisössä tapahtuvaan liikehdintään.



## 4.4 Yhteisöllisyys

Monilla verkkosivustoilla sosiaalisuus toteutuu välineellisyyden kautta, mikä tarkoittaa sitä, että yhteisö syntyy jonkin yhteisen projektin ympärille. Tämä eroaa perinteisistä yhteisöistä, jotka rakentuvat jaetun sijainnin pohjalle (MILLER 2011, 200). Aineistoni kohdalla tämä yhteinen projekti on gif-julkaisujen jakaminen. Lähestyn /r/reactiongifsia nimenomaan yhteisönä, joten on tärkeää tarkastella sitä, miten yhteisöllisyyteen suhtaudutaan ja miten sitä ylläpidetään.

Yhteyttä muihin jäseniin voi pitää yllä monin tavoin, joista yksi on yhteisön sisäisistä asioista puhuminen. Viitatessaan aiheisiin, jotka vain rajattu joukko täysin ymmärtää, ihminen samalla varmistaa omaa asemaansa yhteisön jäsenenä. /r/reactiongifsissä onkin lukuisia julkaisuja, jotka käsittelevät Redditiin itseensä ja toisaalta myös laajemmin internetin kulttuuriin kuten meemeihin liittyviä aiheita. Kyseisiin aiheisiin viitatessaan julkaisujen tekijät samalla tuovat ilmi asenteitaan, jotka voidaan tulkita myös laajemmin yhteisön omaksumiksi asenteiksi. Tässä kohtaa tulkitsen yhteisöksi Redditin kokonaisuudessaan, sillä monet julkaisut viittaavat koko sivustoon pelkän subredditin sijaan. Yhteisöön liittyvä viestintä on korostuneen faattista.

Tutkin seuraavassa alaluvussa sitä, miten yhteisö viittaa itseensä ja muihin. Lisäksi käsittelen huumoria yhteisöä rakentavana keinona. Lopuksi otan esimerkiksi Thanks for the gold -julkaisun, joka viittaa suoraan Redditin sisäiseen diskurssiin. Näkökulman kohdistuessa yhteisöön nousee keskiöön faattinen tehtävä, jonka rooli /r/reactiongifsin gif-viestinnässä on jo aiemmissa osioissa todettu tärkeäksi.

### 4.4.1 Redditin suhtautuminen itseen ja muihin

Aineistostani lähes puolet, yhteensä 22 julkaisua, viittaa joko /r/reactiongifsiin, Redditiin, muihin verkkosivustoihin tai muuten internetin sisällä tapahtuviin asioihin, kuten muotivillityksiin ja meemeihin. Nämä teemat kertovat paljon Redditin käyttäjien yleisistä mielenkiinnonkohteista. Samalla niiden esiin nostaminen on keino luoda yhteyttä muihin ja rakentaa yhteisöllisyyden tunnetta.



**Kuva 13.** Gif Reservoir Dogs -elokuvan Mr. Pinkistä. Otsikko: "When reddit is trying to change the site into a social media platform".

Kymmenen julkaisua käsittelee suoraan Redditiä, ja näistä osa maalailee ylistävää kuvaa sivustosta ja yhteisöstä. Alaluvussa 5.3.2 esitelty julkaisu Redditin aktiivisuudesta verkkoneutraliteetin puolustamisessa osoittaa, että kirjoittaja on ilmeisen ylpeä yhteisöstään – ja niin on selvästi moni muukin, sillä yli 82 000 upvote-ääntä saanut julkaisu on yhteisön kaikkien aikojen suosituin. Samalla ylistettyä yhteisöä halutaan suojella ja tehdä pesäeroa muihin verkkoyhteisöihin. "Fuck all that", toteaa *Reservoir Dogsin* (1992) Mr. Pink (KUVA 14) vastauksena Redditin pyrkimykseen tehdä sivustosta sosiaalisen median alustaa. Käyttäjät tuntuvat olevan sitä mieltä, ettei kyseessä ole todellakaan mikään sosiaalisen median palvelu vaan jotain muuta, kenties jotain paljon isompaa. Erityisesti Facebook on Redditin vihan kohteena: yksi julkaisu naureskelee sille, kuinka koko internet on alkanut kääntyä sosiaalisen median jättiä kohtaan. Julkaisua ajankohdasta (maaliskuu 2018) päätellen tällä viitataan Cambridge Analytica -skandaaliin, jossa kymmenien miljoonien käyttäjien tietoja käytettiin luvatta poliittiseen profilointiin. Yhtä aikaa toinen samoihin aikoihin tehty julkaisu ilmaisee huolestumista siitä, kuinka Facebookista poistuneet ihmiset siirtyvät Redditiin huonolaatuisine julkaisuineen – heitä pidetään siis "alempiarvoisina".

Vaikka /r/reactiongifsin viestinnän yksi tavoite onkin tehdä eroa Redditin ja muiden välillä, kaikki julkaisut eivät kuitenkaan ole täysin mairittelevia. Massanari (2015) lainaa käyttäjänimimerkki Churbaa, joka toteaa erään julkaisun kommenttiosiossa: ”Nobody hates redditors and redditor behavior more than redditors.” (s. 60) Aineistossani Redditin käyttäjien negatiivinen asenne omaa yhteisöä ja sen jäseniä näkyy muun muassa Velvet Buzzsaw -esimerkkijulkaisussani, jossa kritisoidaan kärkevästi tiettyjen käyttäjien toimintaa. Tällaisten julkaisujen perusteella yksi viestinnän tavoitteista on nostaa esiin Redditin ongelmakohtia ja nostaa itseä näiden yläpuolelle, tai vaihtoehtoisesti osoittaa itsekritiikkiä.

Redditiin ja muuhun internetiin liittyvät julkaisut pitävät sisällään viittaus-tehtävän samalla tavoin kuin aiemmissa alaluvuissa käsitelty ajankohtaisiin teemoihin viittaaminen. Kirjoittajat viittaavat internetin todellisiin ilmiöihin. Myös faattinen tehtävä osoittautuu jälleen tärkeäksi, tässä kategoriassa jopa enemmän kuin aiemmissa. Vaikka julkaisut käsittelevät oikeita tapahtumia, ne eivät suoranaisesti välitä uutta informaatiota. Sen sijaan tarkoitus on nostaa esiin aiheita, joita moni muu Redditin käyttäjä tunnistaa ja joihin he mahdollisesti myös samaistuvat. Julkaisujen tekijät osoittavat itse ymmärtävänsä mitkä asiat ja ilmiöt ovat yhteisössä pinnalla ja mikä puhuttelee muita jäseniä. Faattinen kommunikaatio voidaankin tiivistää ajatukseen: ”Olen tässä, ja niin sinäkin. Olemme tässä yhdessä.” (MILLER 2011, 204)

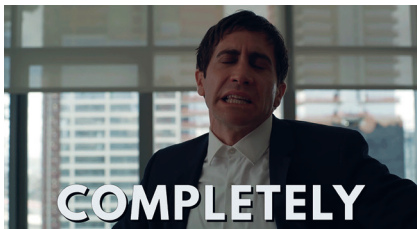
#### **4.4.2 Sisäpiirin huumori**

Huumori on /r/reactiongifsin sisällössä hyvin keskeistä. Kaikki julkaisut ovat samanlaisen kaavan mukaan rakennettuja vitsejä, joissa otsikko on tilanteen asettelua ja gif on huipentuma, niin sanottu ”punchline”. Vitsit heittelevät laidasta laitaan nekin tapaukset, joissa viesti liittyy ehdottoman vakaviin aiheisiin kuten kouluampumisiin, sisältävät humoristiseksi tulkittavan ulottuvuuden. Redditissä on vallassa ajatus täydestä sananvapaudesta, jopa herjaavaan ja laitto-maan pisteeseen asti (MASSANARI 2015, 163). Siispä samalla yleinen näkemys on se, että mistä tahansa aiheesta voidaan vitsailla rajattomasti. Osa aineistoni huumorista on yleismaailmallista, mutta enimmäkseen vitsien aukeaminen vaatii lukijalta jonkinlaisia taustatietoja. Tulkitsen tällaisen sisäpiirin huumorin olennaiseksi osaksi /r/reactiongifsin ja Redditin yhteisöllisyyttä.

Ihmiset käyttävät meemejä ilmaistaakseen sekä omaa ainutlaatuisuuttaan että yhdistyneisyyttään (SHIFMAN 2014, 30). Sama pätee reaktio-gifeillä rakennettuihin viesteihin, joita olen jo aiemminkin rinnastanut meemeihin, sillä ne ovat usein tietyllä kaavalla rakennettuja kokonaisuuksia (MRW tai muu vastaava ilmaisu + tilanteen esittely + gif), joilla pyritään hakemaan yhteyttä muihin ihmisiin vetoamalla heidän huumorintajuihinsa. Jaettu huumorintaju voi tuoda yhteisön jäsenet lähemmäs toisiaan (MILTNER 2014). Redditissä tämä ei tapahdu välttämättä henkilökohtaisella tasolla, vaan enemmänkin jäsenten lähentyminen näkyy siinä, että he palkitsevat toisiaan upvoteilla ja kommentteilla. Tämä innoittaa jäseniä tekemään yhä uusia gif-julkaisuja, joista monet mukailevat lisää vallitsevaa huumorintajua.

Jaettu huumorintaju näkyy aineistossani parhaiten siinä, millaista aiheista julkaisut vitsailevat. Internet-aiheiden yleisyyden vuoksi /r/reactiongifs osoittautuu yhteisöksi, jonka jäseniä yhdistää todennäköisesti niin sanotun ”internet-ihmisen” identiteetti. He käyttävät merkittävästi aikaa sekä Redditissä että muualla verkossa, mikä vaikuttaa muun muassa siihen, että he ovat tietoisia uusimmista meemeistä ja muista ajankohtaisista villityksistä. Tämä selittää esimerkiksi aiemmin esittelemäni Tide POD Michael Jacksonin aseman toiseksi suosituimpana julkaisuna. Internet-ihmiset innostuvat nähdessään viittauksen johonkin, mitä he tunnistavat, ja kyseisessä julkaisussahan näitä meemiviittauksia on peräti kahteen eri suuntaan.

Sisäpiirivitsit ovat keino rakentaa yhteisön ympärille muuri: mitä enemmän tietoutta tarvitaan sisällön ymmärtämiseksi, sitä korkeampi muuri on ulkopuolisten näkökulmasta ja sitä eksklusiivisemmalta yhteisö tuntuu (MILTNER 2014). Yhdistettynä aiemman alaluvun havaintoihin vihamielisyydestä muualta tulevia käyttäjien kohtaan voisi tulkita, että /r/reactiongifs pyrkii rakentamaan jonkinlaista muuria. Muuri ei kuitenkaan ole mahdottoman korkea ainakaan aineistoni osalta, josta itsekkin ymmärrän täysin ulkopuolisena henkilönä suurimman osan vitseistä ilman suuria taustojen selvittelyjä. Vaikka jonkinlaista suojeluasennetta onkin havaittavissa, keskittyy yhteisön huumori kuitenkin enemmän puhtaasti viihdyttämiseen kuin suoranaiseen rajojen merkitsemiseen. Tämä viihdyttäminen on ensisijaisesti yhteyttä ylläpitävää eli faattista viestintää, jossa on myös häivähdyks ilmaisu tehtävää. Viitatessaan esimerkiksi johonkin internet-meemiin kirjoittaja yleensä paljastaa olevansa ainakin osittain ”internet-ihminen”.



**Kuva 14.** Gif Velvet Buzzsaw -elokuvasta. Otsikko: "When someone makes a 'thanks for the gold' edit"

#### 4.4.3 Esimerkkijulkaisu: Thanks for the gold

Valitsin esimerkiksi julkaisun, joka viittaa suoraan Redditin sisäiseen kulttuuriin. Gifissä pukuun pukeutunut tympääntyneen näköinen mies katsoo ensin hetken jotakin kuvan ulopuolella olevaa henkilöä kulmat kurtussa. Sitten hän lausuu sanat, jotka on kirjoitettu gifin: "The admiration I had for your work... has completely evaporated." Miehen ilme vaihtuu repliikin aikana vakavasta suorastaan raivokkaaseen. Kasvojen liikkeistä päätellen hän huutaa viimeiset sanat. Tätä korostavat myös sanat, joka ilmestyvät ruutuun sitä mukaan kun hahmo ne lausuu. Viimeiset kaksi sanaa on korostuneesti asetettu suurempaan pistekokoon kuin muun teksti, mikä viittaa äänentason voimistumiseen. Tässä tapauksessa lähdemateriaalissa esitetty repliikki on hyvin keskeisessä roolissa gifin merkityksen luomisessa.

Gif on peräisin Netflix-elokuvasta *Velvet Buzzsaw* (2019). Hahmo on elokuvan päähenkilö Morf Vandewalt, jota näyttelee yhdysvaltalainen Jake Gyllenhaal. Elokuva itsessään ei ollut kriitikko- tai katsojamenestys, joten gifin synty tuskin liittyy hahmon tai kohtauksen varsinaiseen ikonisuuteen. Sen sijaan kasvojen ilmeet ovat kuvaavat, ja tekstin kanssa yhteen naitettuna kokonaisuus voi toimia

monenlaisissa tilanteissa, joissa halutaan ilmaista pettymystään johonkin toiseen ihmiseen. Lisäksi Gyllenhaalin asema hyvinkin suosittuna näyttelijänä lisää gifin muistettavuutta – itse asiassa kyseessä ei ole edes ainoa Gyllenhaal-gif aineistossani. Joko tämä on sattumaa tai yhteisöllä on erityinen kiintymys näyttelijään.

Julkaisun otsikkona on ”When someone makes a ‘thanks for the gold’ edit”. Tällä viitataan Redditille ominaiseen ilmiöön, jossa käyttäjät ilmaisevat kiitollisuuttaan saamiensa Reddit Gold -palkintoja kohtaan. Kun joku pitää jostakin yksittäisestä julkaisusta niin paljon, että päättää lahjoittaa sen tekijälle maksullisen Gold-tilin, saattaa tekijä toisinaan muokata julkaisuaan jälkikäteen kiittääkseen tästä huomionosoituksesta. Tarkoituksena on monesti paitsi vilpittömästi kiittää, myös osoittaa ylpeyttä saavutuksestaan. Tällaista käytöstä voitaisiin nimittää internetissä termillä ”humblebrag” – eleellä pyritään ikään kuin osoittamaan nöyryyttä, mutta siinä sivussa myös enemmän tai vähemmän piilotetusti kerskailla ansioillaan. Niin sanotut ”thanks for the gold” -muokkaukset ovat Redditissä tavanomainen näky, mutta julkaisun tekijä osoittaa kritiikkiä niitä kohtaan.

Thanks for the gold -julkaisun tavoitteena on humoristisesti viitata ilmiöön, joka on Redditille ominaislaatuinen. Vitsin tajuaa jokainen sivustolla enemmän aikaa viettänyt, mutta sulkee ulkopuolelle mahdolliset ulkopuoliset, jotka syystä tai toisesta ovat päätyneet selaamaan /r/reactiongifsiä. Julkaisu edustaa siis eräänlaista sisäpiirin huumoria, joka tuo yhteisöä yhteen ja samalla asettaa sille rajat. Samalla huumori perustuu samaistuttavuuteen, sillä ”thanks for the gold” -muokkaukset ärsyttävät monia Redditin käyttäjistä. /r/reactiongifsin Info and Rules -osiossa on jopa erikseen kielletty Reddit Goldista iloitseminen – tälle on tehty oma subredditinsä, /r/goldgifts.

Tämä esimerkki on ensisijaisesti faattista viestintää, mikä näkyy yhteisöön ja sen jäseniin liittyvässä aiheessa. Informaation välittämisen sijaan julkaisun tavoitteena on herättää huomiota ja samaistumista muissa käyttäjissä. Tulkitsen sanoman sisältävän myös vaikuttamistehtävän, osoittaa aina puhuteltavan suuntaan. Gifissä esiintyvä repliikki on suunnattu suoraan viestin vastaanottajaan (”the admiration I had for YOUR work”). Jokainen lukija ei kuitenkaan ole samalla tavalla puhuteltava, vaan pohjimmiltaan viesti on suunnattu juuri niille Redditin käyttäjille, jotka tekevät ”thanks for the gold” -muokkauksia. Suorin vaikuttamistehtävän ilmentymä olisi, jos aloittaja suoraan kirjoittaisi ”lopeta tämän tekeminen!” tai muuta vastaavaa. Nyt ele ei ole niin

suora, mutta päämäärä on kuitenkin helposti pääteltävissä: kyseinen käyttäjä antaa ymmärtää, että tällainen käytös tulisi lopettaa. Tämä on hänen oma mielipiteensä aiheesta, eli julkaisulla on samalla ilmaisutehtävä.





# 5 Tulosten yhteenveto

Aloitin analyysin valitsemalla neljä näkökulmaa aineiston tarkasteluun. Näkökulmat pohjautuivat havaintoihini siitä, mitkä piirteet ovat gif-viestinnässä erityisen keskeisiä. Valinnassa oli taustalla ajatus /r/reactiongifsistä yhteisönä ja osallistavan kulttuurin alustana. Keskeistä oli myös teoriataustan luoma ymmärrys reaktio-gifeistä monimerkityksellisinä itseilmaisun välineinä. Tulkintani mukaan yhteisön viestinnässä pyritään tekemään intertekstuaalisia viittauksia, ilmaisemaan tunteita, kommentoimaan ajankohtaisia ilmiöitä ja luomaan yhteyttä yhteisöön.

Intertekstuaalisuus on kaikenlaisten reaktio-gifen keskeinen ominaisuus, sillä ne sisältävät jostain valmiista aineistosta kuten elokuvasta, televisiosarjasta tai YouTube-videosta poimittua materiaalia. Siispä kaikki yhteydet, joissa gifejä käytetään, ovat automaattisesti intertekstuaalisia. Käyttäjä voi valita gifin sillä perusteella, että haluaa viitata juurikin siinä esiintyvään alkuperäisteokseen. Tällöin tavoitteena on paitsi ilmaista haluttua asiaa, myös tuoda esiin omaa kulttuurista tietämystään. Toisaalta alkuperäisaineiston tunnistaminen ei ole välttämätöntä viestin vastaanottajan kannalta, sillä yleisesti gifit ovat irrallisia eleitä tai ilmeitä, jotka ovat päällisin puolin universaaleja.

Tulkitsen intertekstuaalisuuden hyödyntämisen ensisijaisesti poeettisena viestintänä, sillä se on vertauskuvallista. Käyttäessään jonkin elokuvan hahmon ilmeitä kuvatakseen omaa reaktiotaan ihminen ei kuvaile tilannetta kirjaimellisesti. Viittaustehtävä ohittaa kuitenkin poeettisen tehtävän niissä julkaisuissa, joissa gif ja otsikko liittyvät samaan aiheeseen. Aineistossani näin käy niiden gifien kohdalla, jotka on editoitu viittaamaan johonkin tiettyyn ilmiöön. Nämä remix-gifit ovat myöskin vähemmän monitulkintaisia kuin suurin osa gifeistä, joiden viestinnällisiin vahvuksiin kuuluu olennaisesti juurikin se, että niitä voidaan käyttää monenlaisissa tilanteissa.

Tunteiden ilmaisu on olennainen osa /r/reactiongifsin viestintää. Kahta poikkeusta lukuunottamatta aineistoni julkaisut kuvastavat joko niiden tekijöiden omia tai jonkun muun henkilön oletettuja tunteita otsikon asettamassa tilanteessa. Tunnetiloja tunnistaakseni hyödynsin Ekmanin perustunnejärjestelmiä, jotka ovat ilo, viha, pelko, inho, suru ja hämmästyks. Lisäksi jaoin julkaisut positiivisiin, negatiivisiin ja näiden kahden välissä oleviin tunteisiin. Päällimmäinen havaintoni oli se, kuinka vaikeaa yksioikoinen luokittelu on. Moni julkaisu sisältää useamman tunnejärjestelmän piirteitä yhtä aikaa, eivätkä reaktiot myöskään ole välttämättä selkeän positiivisia tai negatiivisia. Tähän vaikuttaa osin gifin liike, joka mahdollistaa erilaisten tunnetilojen esittämisen peräkkäin. Monimerkityksellisyyttä pidetäänkin yleisesti yhtenä gifin olennaisena piirteenä viestinnän välineenä.

Yhteisön julkaisut ovat pääasiassa ensimmäisesessä persoonassa kirjoitettuja, eli ne kertovat tekijöidensä omista tunnereaktioista. Omakohtaisuuden vuoksi Jakobsonin esittämä ilmaisutehtävä nousee esiin. Ilmaisutehtävä ilmenee viesteissä, joissa puhuttelijan oma asema ja asenteet tulevat tavalla ja toisella esiin, kuten henkilökohtaisia reaktioita jakaessa automaattisesti tulee. Gif-julkaisujen yksi tavoite on kirjoittajan itseilmaisu, mutta tulkitsen samaistuttavuuden tätäkin keskeisemmäksi tavoitteeksi. On todennäköistä, että ihmiset kommentoivat ja antavat upvote-ääniä erityisesti niille julkaisuille, joihin samaistuvat henkilökohtaisella tasolla. Samaistuttavuuden tavoitteeseen kytkeytyy faattinen tehtävä, joka sisältyy yhteyttä ylläpitävään viestintään.

Kolmas havaitsemani tavoite on kommentointi. Moni /r/reactiongifsin julkaisuista nostaa esiin erinäisiä asioita ja ilmiöitä kommentoivaan sävyyn. Joissain tapauksissa valittu aihe yksinkertaisesti nostetaan esiin ilman sen suurempaa mielipiteen esittämistä, mutta suurin osa julkaisuista sisältää käyttäjän subjektiivisen näkemyksen. Mielipiteiden kertominen tapahtuu pääasiassa tunneilmaisun kautta, eli julkaisuun liitetty reaktio-gif kuvastaa tunteen lisäksi kirjoittajan mielipidettä aiheesta. Yleisiä kommentoituja teemoja ovat ajankohtaiset tapahtumat liittyen politiikkaan, internetiin ja kulttuuriin. Valitut aiheet kertovat samalla myös /r/reactiongifsistä ja laajemmin koko Redditistä yhteisönä. Julkaisujen perusteella käyttäjäkunta osoittautuu muun muassa valtaosin amerikkalaiseksi, populaarikulttuuria tiiviisti seuraaviksi internet-natiiveiksi.

Moniin mielipidettä ilmaiseviin julkaisuihin sisältyy viittaustehtävä siinä mielessä, että ne koskevat tosielämän todellisia ilmiöitä. Myös ilmaisutehtävä on keskeinen, sillä mielipiteet kertovat väistämättä jotain julkaisun tekijän asenteista ja lähtökohdista. Tunneilmaisun tavoin mielipiteiden jakamiseen liittyy faattinen tehtävä,

joka näkyy siinä, että käyttäjät tavoittelevat muiden samanmielisten huomiota ja samaistumista, mahdollisesti myös keskustelua eri mieltä olevien kanssa. Kätkeyimpänä Jakobsonin funktioista on vaikuttamistehtävä, jonka kuitenkin tulkitsen omalla tavallaan kiinteäksi osaksi suurinta osaa mielipideilmaisuista. Julistaessaan julkisesti oman kantansa käyttäjät saattavat vaikuttaa viestin vastaanottajan omaan mielipiteeseen, oli tämä sitten tarkoituksenmukaista tai ei.

Koska suhtaudun /r/reactiongifsiin yhteisönä, viimeinen esittelemäni tavoite liittyy yhteisöllisyyteen. Havaintojeni perusteella yhteisöllisyyttä tukevat viittaukset Redditiin ja laajemmin internet-kulttuuriin liittyviin teemoihin, ja toisaalta sisäpiirin huumori. Yhtenä selvänä tavoitteena on tehdä pesäeroa Redditin ja muiden sosiaalisten verkkopalveluiden, varsinkin Facebookin, välille – käyttäjät haluavat kokea olevansa osa ainutlaatuista yhteisöä. Internet-kulttuuriin viittaamisen tavoitteena on osoittaa olevansa osa porukkaa, sillä aiheiden ymmärtäminen vaatii sitä, että niiden parissa viettää paljon aikaa. Henkilökohtaisen yhteyden tunteen lisäksi sisäpiirin huumori vahvistaa yhteisöä yhdistämällä niitä ihmisiä, jotka ymmärtävät vitsin ja yhtä aikaa rajaamalla ulos niitä, jotka eivät tiedä mistä on kyse.

Yhteisöllisyyden näkökulmasta kaikkein keskeisin Jakobsonin mallin funktioista on faattinen tehtävä. Varsinkin Redditiin suoraan viittaavat julkaisut tavoittelevat selvästi yhteyttä muihin jäseniin. Ilmaisutehtävä puolestaan tulee esiin siinä, että tietyistä ilmiöistä puhuessaan ja vitsaillessaan käyttäjä kertoo omasta asemastaan mahdollisena internetin suurkuluttajana, ja toisaalta osoittaa myös huumorintajuun. Viittaustehtävä liittyy jälleen siihen, kuinka esimerkiksi laajempaan internet-meemiin liittyvä julkaisu viittaa Redditin ulkopuoliseen, todelliseen ilmiöön.

Yhteenvetona /r/reactiongifsin viestinnässä nousee näkyvimmin esiin faattinen tehtävä. Tämä osoittaa, että julkaisujen keskeinen tavoite on luoda yhteyttä muihin jäseniin ja samalla pitää yllä yhteisöä. Faattisen tehtävän dominoivuus sopii yhteen sen kanssa, että tulkitsen /r/reactiongifsin osallistavan kulttuurin alustaksi. Osallistavan kulttuurin piirteitä on muun muassa jäsenten kokemus sosiaalisesta yhteydestä toisiin ja siitä, että heidän osallistumisellaan on jotain merkitystä. Vaikka Reddit kokonaisuudessaan perustuu enemmän mielenkiintoisten ja hauskojen asioiden jakamiseen kuin jäsenten välille syntyvien henkilökohtaisten yhteyksien syntymiseen, on kyse kuitenkin ehdottomasti sosiaalisesta ja yhteisöllisestä toiminnasta. Sen keskiössä on jäsenten jaettu mielenkiinto gifejä kohtaan, mutta samalla gift toimivat välineinä mielipiteiden, tunteiden ja kulttuurisen tietämyksen jakamiseen.



# 6 Pohdinta

Jos nyt aloittaisin gradunteon alusta, tekisin todennäköisesti vielä tarkemman rajauksen. Koin mielekkääksi neljän eri teeman tarkastelun, se piti prosessin tasaisen kiinnostavana ja auttoi löytämään jatkuvasti uutta mietittävää. Tämä muodostui kuitenkin ennen pitkää myös jonkinlaiseksi ongelmaksi, sillä huomasin, että kokonaisuutta on vaikea hallita eikä jokaiselle aiheelle ehdi tai mahdu antamaan yhtä paljon tilaa. Tämänhetkisillä tiedoillani ottaisinakin tutkittavaksi intertekstuaalisuuden, jonka koin lopulta kaikista mielenkiintoisimmaksi teemaksi. Tällaisessa tutkimuksessa voitaisiin paneutua kunnolla lähdemateriaaleihin ja selvittää millaiset hetket ovat gifin arvoisia, miksi näin on ja mitä merkityksiä näihin kulttuurillisiin viittauksiin liittyy. Olisi myös kiinnostavaa tutkia esimerkiksi jostain tietystä tv-sarjasta luotuja gifejä ja niiden käyttöä faniyhteisön sisällä. Tällöin olisi mahdollista pohtia formaatin olemusta syvällisemmin.

Huolimatta siitä, että toistaiseksi liikutaan vielä pintaraapaisun tasolla, pidän kuitenkin arvokkaana myös tähän mennessä tekemääni tutkimusta ja sen tuloksia. Gifit ylipäättään on hyvin vähän tutkittu aihe ottaen huomioon niiden valtavan suosion. Niihin liittyy paljon omintakeisia viestinnällisiä piirteitä, joissa riittäisi paljonkin analysoitavaa. Tutkielmani perusteella nostaisin esiin ainakin identiteetin rakentamiseen, yhteisöön keskittyvän huumorin ja vaikeasti selitettävien tunteiden kuvaamisen gifeillä. Nämä kaikki ovat aiheita, jotka nousivat esiin vasta analyysia tehdessäni ja joista voisi aivan hyvin tehdä oman tutkielmansa.

Lisäpohdintaa aiheutti myös se, että kumpi tuli ensin, reaktio vai gif? Tekevätkö ihmiset julkaisuja siltä pohjalta, että heillä on mielessään joku hauska gif, jonka haluavat jakaa ja keksivät siihen sopivan tilanteen? Vai haluavatko he nimenomaan kertoa jostain tilanteesta ja etsivät sitä kuvaavan gifin? Tähänhän

ei tämän tutkielman pohjalta mitään vastausta, mutta asiaa on silti kiinnostava miettiä. Jäsenten tarkoitusperät vaikuttavat siihen, mikä /r/reactiongifsin pääasiallinen tehtävä Redditin alaisena yhteisönä lopulta on. Ottaen huomioon kommunikaation faattisen luonteen ja sen, että gifit on luotu jaettaviksi, pidän hyvinkin todennäköisenä, että moni julkaisu saa alkunsa pelkästä gifistä. Siihen liitetty teksti voi olla oikeastaan mitä vain, kunhan se sopii yhteen gifin ilmaismien eleiden kanssa.

Jakobsonin viestinnän tehtävät onnistuivat osittain yllättämään. Etukäteen oletin, että ilmaisutehtävä varmastikin olisi näkyvässä roolissa, onhan /r/reactiongifsin viestinnässä paljolti kyse erilaisten tunteiden ja eleiden ilmaisusta. Sen sijaan muut esiin nousseet funktiot eivät olleet lainkaan niin ilmiselviä aineistoa päällisin puolin katsottuna. Erityisen huomionarvoisena pidän sitä, että niin iso osa yhteisön viestinnästä on luonteeltaan faattista. Jakobsonin malli antaa aluksi kuvan, että tällaisissa viestintätilanteissa olisi kyse täysin sisällöttömistä viesteistä, kuten tervehdyksistä. Analysoimiani julkaisuja ei voi sanoa sisällöttömiksi, mutta silti faattinen tehtävä on niissä läsnä. Uskon tämän johtuvan siitä, että tarkastelin /r/reactiongifsia nimenomaan siitä näkökulmasta, että kyseessä on jonkinlainen yhteisö, jolla on yhteinen projekti. Siksi tulkitsin julkaisut tätä yhteisöä ylläpitävinä osanottoina. Ja onhan tärkeää huomioida myös se, ettei Jakobsonin mallin tarkoitus ole jakaa erilaista viestintää omiin leireihinsä, vaan eritellä yksittäisistä viestintätilanteista useita eri tavoitteita ja näiden välillä vallitsevaa dynamiikkaa ja hierarkioita.

Jakobsonin mallin funktioista ainoa, jota en havainnut yhdessäkään julkaisussa, on metakielinen tehtävä. Tehtävän tarkoitus on varmistaa, että puhuttelija on ymmärtänyt kielen eli koodin oikein. Se, ettei koodia käsittelevää sisältöä ole, kertoo mielestäni paljon /r/reactiongifsistä. Vaikka se ilmentää selvästi osallistavaa kulttuuria, se tuskin on yhteisönä kaikkein matalakynnyksisin esimerkiksi uuden käyttäjän näkökulmasta. Kaikkien jäsenten odotetaan ymmärtävän gif-julkaisuihin liittyvät koodistot, esimerkiksi MRW:n kaltaiset lyhenteet, ilman sen suurempaa selittämistä.

Sivustoon aiemmin vihkiytymättömänä Adrienne Massanarin tekemä Reddit-tutkimus tarjosi minulle paljon arvokasta tietoa. Massanari paitsi selittää mistä sivustossa on kyse, myös nostaa esiin monia ongelmakohtia erityisesti liittyen nörttikulttuurin sisällä vallitsevaan misogyniaan, rasismiin ja muuhun haitalliseen käytökseen. Aineistossani näitä lieveilmiöitä ei ainakaan suoraan näy, johtuen varmasti paljolti siitä, että valitsin siihen kaikkein suosituimmat

julkaisut. Räikeimmin loukkaavat tapaukset eivät pääsisi top 50:een, sillä vastustajia on kuitenkin todennäköisesti enemmän kuin kannattajia. Viitteitä Redditin varjopuolista näkyy kuitenkin ainakin siinä, kuinka aineistostani paistaa läpi myös eräänlainen portinvartijuus ja hyökkäävyys. Nämä näkyvät muun muassa vihamielisessä suhtautumisessa muilta sosiaalisilta verkkosivuilta Redditiin tulevia kohtaan, mikä vahvistaa mielessäni kuvaa siitä, ettei yhteisö välttämättä ole uusia jäseniä kohtaan myötämielinen. Redditin tutkiminen ei esimerkiksi herättänyt itsessäni sen kummempia haluja liittyä sivustolle.

Tein gradua opintojeni viimeisillä metreillä, vaiheessa, jossa voi jo sanoa itseään ”ihan oikeaksi graafiseksi suunnittelijaksi”. Merkittävä syy sille, miksi otin osallistavan kulttuurin teoriaa mukaan tutkielmaani, oli halu pohtia häivyttävää rajapintaa ammattilaisuuden ja amatööriyden välillä. Tämä ei ollut itse analyysin kärki eikä aineistoni olisi edes tarjonnut suoranaisia vastauksia aiheen tiimoilta, mutta jonkinlaisia havaintoja tein siitä huolimatta. Gifien yksi ominaispiirre on se, ettei kukaan oikein tiedä mistä ne ovat peräisin. Ne kuuluvat ikään kuin virtuaalisiin jokamiehen oikeuksiin: kuka tahansa voi hyödyntää niitä eikä kukaan voi vaatia niille täyttä omistajuutta tai rajoittaa jakamista. Lain silmissä gifit ovat periaatteessa harmaata aluetta, sillä ne sisältävät tekijänoikeuksien alaista materiaalia. Juuri kukaan ei kuitenkaan tee taloudellista tuottoa gifejä valmistamalla tai jakamalla, joten käytännössä ne asettuvat niin sanotun fair use -käsitteen alle.

Koska gifien lähtökohdat ovat pääasiassa anonyymit, ei voi myöskään tietää, onko jokin ammattilaisen vaiko harrastelijan tuottamaa – eikä sillä ole väliäkään. Gifit eroavat radikaalisti toisesta suositusta visuaalisen verkkoviestinnän välineestä, emojiesta, jotka puolestaan ovat nimenomaan suunnittelijoiden lukuisten työtuntien ja tarkan semioottisen pohdinnan tuloksia. Toki on olemassa myös joukko gifejä, jotka ovat graafikoiden, kuvittajien ja muiden visuaalisen alan ammattilaisten tuottamia. Giphyssä monilla ammattilaisilla on omat sivunsa, jonne he lataavat taiteilemiaan pätkiä muiden nähtäväksi ja käytettäväksi. On kuitenkin huomionarvoista, että ainakin omassa aineistossani tällaiset gifit loistavat poissaolollaan. Voisi jopa väittää, että tässä tapauksessa kansanomaisen voittaa autoritäärin.

# Lähteet

- Alexa (2020). *Reddit.com: Competitive Analysis, Marketing Mix and Traffic*. <https://www.alexacom/siteinfo/reddit.com> (viitattu 11.2.2020)
- Ash J. (2015). Sensation, Affect and the GIF: towards an allotropic account of networks. Teoksessa Hillis, K., Paasonen, S., Petit, M. *Networked Affect*. Cambridge, MA, USA: MIT Press, 2015, s. 119-134
- Bakhshi, S., Shamma, D., Kennedy, L., Song, Y., de Juan, P. & Kaye, J. (2016). Fast, Cheap, and Good: Why Animated GIFs Engage Us. *CHI'16: CHI Conference on Human Factors in Computing System*, 575-586. DOI: 10.1145/2858036.2858532
- Boxman-Shabtai, L., & Shifman, L. (2014). Evasive Targets: Deciphering Polysemy in Mediated Humor. *Journal of Communication*, 64(5), 977-998. <https://doi.org/10.1111/jcom.12116>
- Brubaker, J. R., Fiesler, C. & Jiang, J. (2018). "The Perfect One": Understanding Communication Practices and Challenges with Animated GIFs. *ACM on Human-Computer Interaction*, vol 2, 80-100. <https://doi.org/10.1145/3274349>
- Dijck, J. van (2013). *The culture of connectivity: a critical history of social media*. Oxford: Oxford University Press.
- Ekman, P. (2013). *Emotion in the human face (Second edition)*. Los Altos, California: Malor Books.
- Eppink, J. (2014). A Brief History of the GIF (So Far). *Journal of Visual Culture*, vol 13(3), 298-306, DOI 10.1177/1470412914553365.
- Fiske, J. (1994). *Merkkien kieli: johdatus viestinnän tutkimiseen*. Tampere: Vastapaino.
- Giphy (2016). *Loop Dreams*. <https://giphy.com/posts/loop-dreams> (viitattu 20.11.2019)



- Gürsimsek, Ö. (2016) Animated GIFs as vernacular graphic design: producing Tumblr blogs. *Visual Communication*, Vol. 15(3), 329–349. DOI 10.1177/1470357216645481
- Hébert, L. (2011). The Functions of Language. *Signo* [online]. <http://www.signosemio.com/jakobson/functions-of-language.asp>. (viitattu 11.4.2020)
- Hernandez, P. (2018). After LazyTown actor's death, fans subscribe en masse to YouTube channel as a final thank you. *The Verge*. <https://www.theverge.com/2018/8/30/17799760/stefan-karl-youtube-lazytown-robbie-rotten-death-memorial> (viitattu 14.5.2020)
- Ingram, M. (2017). Reddit flexes its muscle over net neutrality. *Columbia Journalism Review*. <https://www.cjr.org/analysis/reddit-net-neutrality-fcc.php> (viitattu 20.2.2020)
- Jakobson, R. (1960). Linguistics and Poetics. Teoksessa Rudy, S. (1981). *Roman Jakobson: Selected writings 3, Poetry of grammar and grammar of poetry*. (18–51) The Hague: Mouton.
- Jenkins, H (2006). *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2006). *Confronting the challenges of participatory culture: media education for the 21st century*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Jiang, J., Fiesler, C & Brubaker, J. (2018). “The Perfect One”: Understanding Communication Practices and Challenges with Animated GIFs. *Proc. ACM Hum.-Comput. Interact.* 2, CSCW, Article 80 (November 2018), 20 pages. <https://doi.org/10.1145/3274349>
- Korpela, J. (2008). Mitä nyysit oikein ovat? *Datateknikka ja viestintä*. <http://jkorpela.fi/nyysit/1.3.html> (viitattu 27.4.2020)
- Limer, E. (2019). The GIF is dead, long live the GIF. *Popular Mechanics*. <https://www.popularmechanics.com/technology/a21457/the-gif-is-dead-long-live-the-gif/> (viitattu 22.1.2020)

- Massanari, A. (2015). *Participatory culture, community, and play: learning from reddit*. New York: Peter Lang Publishing.
- McCarthy, A. (2017). Visual Pleasure and GIFs. Teoksesta *Compact Cinematics: The Moving Image in the Age of Bit-Sized Media*. London: Bloomsbury Academic.
- McCulloch, G. (2019). *Because internet: understanding the new rules of language*. New York: Riverhead Books.
- Miller, V. (2011). *Understanding digital culture*. Los Angeles: Sage.
- Milner, R. (2012). *The World Made Meme: Discourse and Identity in Participatory Media*. Noudettu osoitteesta <https://kuscholarworks.ku.edu/handle/1808/10256?show=full>
- Miltner, K. (2014) "There's no place for lulz on LOLCats": The role of genre, gender, and group identity in the interpretation and enjoyment of an Internet meme. *First Monday*, Vol 19, Number 8 - 4 August 2014. DOI <http://dx.doi.org/10.5210/fm.v19i8.5391>.
- Miltner, K. (2018). RuPaul's Drag Race Keyboard: Affect and Resistance through Visual Communication. *Appified: culture in the age of apps*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Miltner, K. & Highfield, T (2017). Never Gonna GIF You Up: Analyzing the Cultural Significance of the Animated GIF. *Social Media + Society*, July-September 2017, 1–11, DOI: 10.1177/2056305117725223.
- Navas, E. (2010). Regressive and reflexive mashups in sampling culture. *Remix Theory*. <http://remixtheory.net/?p=444> (viitattu 1.3.2020)
- Newman, M. (2016). GIFs: The Attainable Text. *Film Criticism*, 40 (1). <http://dx.doi.org/10.3998/fc.13761232.0040.123>
- Nummenmaa, L. (2017). Mistä puhumme kun puhumme tunteista?. *Tieteessä Taphtuu*, 35(2). Noudettu osoitteesta <https://journal.fi/tt/article/view/61791>

- O'Reilly, T. (2005). *Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-2.0.html> (viitattu 24.1.2020)
- Phelps, A. (2012). The 2012 Summer Olympics are turning into a giant coming-out party for the animated GIF. *NiemanLab*. <https://www.niemanlab.org/2012/08/the-2012-summer-olympics-are-turning-into-a-giant-coming-out-party-for-the-animated-gif/> (viitattu 8.1.2020)
- Raichu4u (2014). *Is Reddit considered social media?* [Reddit-julkaisu] [https://www.reddit.com/r/TheoryOfReddit/comments/2j5dze/is\\_reddit\\_considered\\_social\\_media/](https://www.reddit.com/r/TheoryOfReddit/comments/2j5dze/is_reddit_considered_social_media/) (viitattu 10.12.2019)
- Reddit (2019). *Reddit coins*. <https://www.reddit.com/coins> (viitattu 10.12.2019)
- Reddit Mods Help Center (2020). *Post Flair*. <https://mods.reddithelp.com/hc/en-us/articles/360010513191-Post-Flair> (viitattu 16.4.2020)
- /r/reactiongifs (2019). *Info and Rules*. <https://www.reddit.com/r/reactiongifs/> (viitattu 20.11.2019)
- Samermiit, P. (2018). GIF Me a Break: The Influence of Reaction GIFs on Overhearers' Judgements of Humor and Irony in Computer-Mediated Communication. *UC Santa Cruz*. Noudettu osoitteesta <https://escholarship.org/uc/item/7jn2015g>
- Seliger, M. (2008). *Katujen galleriat: Ulkomainonnan visuaalista retoriikkaa Helsingissä vuosina 2004– 2005*. Jyväskylä: Gummerus.
- Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Tiffany, K. (2019). Tumblr's First Year Without Porn. *The Atlantic*. <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2019/12/tumblr-year-review-2019-nsfw-ban-memes/602911/> (viitattu 17.2.2020)
- Tolins, J. & Samermiit, P. (2016). GIFs as Embodied Enactments in Text-Mediated Conversation. *Research on Language and Social Interaction*, 49:2, 75-91, DOI: 10.1080/08351813.2016.1164391

- Traficom (2019). *Internetin avoimuus eli verkkoneutraliteetti*. <https://www.traficom.fi/fi/viestinta/viestintaverkot/internetin-avoimuus-eli-verkkoneutraliteetti> (viitattu 14.3.2020)
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2018) *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Uudistettu laitos. Helsinki: Tammi.
- Uhlin, G. (2014). Playing in the Gif(t) Economy. *Games and Culture*, Vol. 9(6), 517–527, DOI: 10.1177/1555412014549805
- /u/uRaichu4u (2014). *Is Reddit considered social media?* Reddit-julkaisu. [https://www.reddit.com/r/TheoryOfReddit/comments/2j5dze/is\\_reddit\\_considered\\_social\\_media/](https://www.reddit.com/r/TheoryOfReddit/comments/2j5dze/is_reddit_considered_social_media/)
- Wagner, K. (2017). People love GIFs — but turning GIFs into ad dollars is taking some time. *Recode*. <https://www.vox.com/2017/2/19/14651440/gifs-messaging-tenor-giphy-search-emotions-monetize> (viitattu 12.2.2020)
- Wells, P. (1998). *Understanding Animation*. Routledge, London.
- Worton, M., & Still, J. (1991). *Intertextuality: theories and practices*. Manchester: Manchester University Press.
- Zuckerman, E. (2013). Reddit: A Pre-Facebook Community in a Post-Facebook World. *The Atlantic*, 8.7.2013. <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2013/07/reddit-a-pre-facebook-community-in-a-post-facebook-world/> (viitattu 15.10.2019)

# Kuvaluettelo

**Kuva 1.** Thriller-musiikkivideosta tehty gif

**Kuva 2.** Blinking white guy -gif

**Kuva 3.** Ruutukaappaus tyypillisestä julkaisusta /r/reactiongifsissä.

**Kuva 4.** Gif kahdesta koirasta, joista toinen näyttää väsyneeltä. Otsikkona on ”MRW someone picks me up at 6 am”.

**Kuva 5.** Gifissä on Jeff Bridges elokuvassa The Big Lebowski. Otsikko: ”MRW I hear Trump say to a dead soldier’s grieving widow ’He knew what he signed up for’”

**Kuva 6.** Alunperin blink-182 -yhtyeen First Date -musiikkivideosta otettuun gifiin on lisätty vesipiippu sekä tekstiä. Otsikko: ”MRW Amazon delivers some kind of weird vase instead of the Xbox controller card I ordered”

**Kuva 7.** Gif Michael Jacksonista on manipuloitu näyttämään siltä, että hän söisi huuhte-luainekapseleita. Otsikko: ”MRW Your need to update old gifs to fit in”

**Kuva 8.** Gif hämmästyneestä koirasta. Otsikko: ”MRW I find out I’m going to be an older brother in my thirties”

**Kuva 9.** Gif Clint Eastwoodista, joka näyttlee Walt Kowalskista elokuvassa Gran Torino (2008). Otsikko: ”Eminem’s reaction when he sees all the young rappers tweeting about how cool it is to be dissed by Eminem.”

**Kuva 10.** Gifissä Lily Mo Sheen reagoi kuvatuksi tulemiseen. Otsikko: ”MRW as someone who has never watched Brooklyn Nine-Nine seeing its been cancelled and picked up again”

**Kuva 11.** Gifiin on yhdistetty kolme pätkää Arrested Development -sarjasta, joista jokaisessa hahmo pyörittelee silmiään. Otsikko: ”My reaction whenever Fox News uses the term ”mainstream media” as if it somehow doesn’t apply to them”

**Kuva 12.** Gif voitonriemuisesta ja liikuttuneesta Ron Swansonista. Otsikko: ”MRW when the front page of Reddit is all pro net neutrality”

**Kuva 13.** Gif Reservoir Dogs -elokuvan Mr. Pinkistä. Otsikko: ”When reddit is trying to change the site into a social media platform”.

**Kuva 14.** Gif Velvet Buzzsaw -elokuvasta. Otsikko: ”When someone makes a ‘thanks for the gold’ edit”

# Liite

## Redditin /r/reactiongifs-yhteisön 50 suosituinta julkaisua

1. *MRW when the front page of Reddit is all pro net neutrality*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7emzll/mrw\\_when\\_the\\_front\\_page\\_of\\_reddit\\_is\\_all\\_pro\\_net/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7emzll/mrw_when_the_front_page_of_reddit_is_all_pro_net/)

2. *MRW Your need to update old gifs to fit in*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7tkrju/mrw\\_your\\_need\\_to\\_update\\_old\\_gifs\\_to\\_fit\\_in/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7tkrju/mrw_your_need_to_update_old_gifs_to_fit_in/)

3. *MRW I find out I'm going to be an older brother in my 30's.*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7tvbmr/mrw\\_i\\_find\\_out\\_im\\_going\\_to\\_be\\_an\\_older\\_brother\\_in/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7tvbmr/mrw_i_find_out_im_going_to_be_an_older_brother_in/)

4. *MRW I'm in line at a busy Subway and the guy in front of me orders 8 subs, all toasted.*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7sogqh/mrw\\_im\\_in\\_line\\_at\\_a\\_busy\\_subway\\_and\\_the\\_guy\\_in/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7sogqh/mrw_im_in_line_at_a_busy_subway_and_the_guy_in/)

5. *When reddit is trying to change the site into a social media platform*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/8jezw8/when\\_reddit\\_is\\_trying\\_to\\_change\\_the\\_site\\_into\\_a/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/8jezw8/when_reddit_is_trying_to_change_the_site_into_a/)

6. *When my wife and I come home from a date night high as fuck and discover our babysitter has also cleaned the entire house*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7s67zn/when\\_my\\_wife\\_and\\_i\\_come\\_home\\_from\\_a\\_date\\_night/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7s67zn/when_my_wife_and_i_come_home_from_a_date_night/)

7. *MRW Amazon delivers some kind of weird vase instead of the XBox controller card I ordered*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7r9ekh/mrw\\_amazon\\_delivers\\_some\\_kind\\_of\\_weird\\_vase/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7r9ekh/mrw_amazon_delivers_some_kind_of_weird_vase/)

8. *A teacher in the US getting ready for another day at school circa 2025*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7zy4dk/a\\_teacher\\_in\\_the\\_us\\_getting\\_ready\\_for\\_another\\_day/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7zy4dk/a_teacher_in_the_us_getting_ready_for_another_day/)

9. *MRW as someone who has never watched Brooklyn Nine-Nine seeing its been canceled and picked up again.*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/8ix9yj/mrw\\_as\\_someone\\_who\\_has\\_never\\_watched\\_brooklyn/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/8ix9yj/mrw_as_someone_who_has_never_watched_brooklyn/)

10. *MRW someone picks me up at 6 am*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/6vafsr/mrw\\_someone\\_picks\\_me\\_up\\_at\\_6\\_am/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/6vafsr/mrw_someone_picks_me_up_at_6_am/)

11. *Logging in today as a middle-aged redditor who did not grow up watching LazyTown*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/99ddw6/logging\\_in\\_today\\_as\\_a\\_middleaged\\_redditor\\_who\\_did/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/99ddw6/logging_in_today_as_a_middleaged_redditor_who_did/)

12. *As an American, MRW someone asks me if I've heard about "the shooting"*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7bod5o/as\\_an\\_american\\_mrw\\_someone\\_asks\\_me\\_if\\_ive\\_heard/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7bod5o/as_an_american_mrw_someone_asks_me_if_ive_heard/)

13. *All other rich parents across the country right now who "helped" their children get into prestigious colleges...*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/botbyl/all\\_other\\_rich\\_parents\\_across\\_the\\_country\\_right/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/botbyl/all_other_rich_parents_across_the_country_right/)

14. *MRW I'm baked, going upstairs and remember there's a bag of donuts I saved for myself in the kitchen.*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/8rrsph/mrw\\_im\\_baked\\_going\\_upstairs\\_and\\_remember\\_theres\\_a/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/8rrsph/mrw_im_baked_going_upstairs_and_remember_theres_a/)

15. *MRW my wife asks if I'm still wasting time on "those stupid internet videos that don't have sound"*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7oqqsm/mrw\\_my\\_wife\\_asks\\_if\\_im\\_still\\_wasting\\_time\\_on/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7oqqsm/mrw_my_wife_asks_if_im_still_wasting_time_on/)

16. *MRW Apple confirms they purposely slow down older phones*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7lmd5b/mrw\\_apple\\_confirms\\_they\\_purposely\\_slow\\_down\\_older/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7lmd5b/mrw_apple_confirms_they_purposely_slow_down_older/)

17. *My reaction whenever Fox News uses the term "mainstream media" as if it somehow doesn't apply to them*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7siboc/my\\_reaction\\_whenver\\_fox\\_news\\_uses\\_the\\_term/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7siboc/my_reaction_whenver_fox_news_uses_the_term/)

18. MRW *I spend most of my days doing my incompetent boss's job and then I find out his Christmas bonus was larger than my my yearly income*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/a6zpze/mrw\\_i\\_spend\\_most\\_of\\_my\\_days\\_doing\\_my\\_incompetent/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/a6zpze/mrw_i_spend_most_of_my_days_doing_my_incompetent/)

19. MRW *people say 'Black Panther' is first film to feature a black superhero.*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7uch8o/mrw\\_people\\_say\\_black\\_panther\\_is\\_first\\_film\\_to/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7uch8o/mrw_people_say_black_panther_is_first_film_to/)

20. MRW *Facebook users are quickly mass migrating to Reddit and now the front page is filled with low resolution reposts.*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/87kqr6/mrw\\_facebook\\_users\\_are\\_quickly\\_mass\\_migrating\\_to/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/87kqr6/mrw_facebook_users_are_quickly_mass_migrating_to/)

21. MRW *a particularly overweight man at the gym gets off the treadmill, takes a quick breath, and gets back on*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7lykm3/mrw\\_a\\_particularly\\_overweight\\_man\\_at\\_the\\_gym\\_gets/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7lykm3/mrw_a_particularly_overweight_man_at_the_gym_gets/)

22. MRW *I learn that Pornhub organizes its 'Hottest' category by the last videos people watch before leaving the site*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7ww8v6/mrw\\_i\\_learn\\_that\\_pornhub\\_organizes\\_its\\_hottest/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7ww8v6/mrw_i_learn_that_pornhub_organizes_its_hottest/)

23. MRW *Disney thinks i will subscribe to their new streaming service once their content is taken away from Netflix*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/6skvix/mrw\\_disney\\_thinks\\_i\\_will\\_subscribe\\_to\\_their\\_new/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/6skvix/mrw_disney_thinks_i_will_subscribe_to_their_new/)

24. MRW *I'm wasted at 2am, and one of my friends recommends getting breakfast food*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7arlh2/mrw\\_im\\_wasted\\_at\\_2am\\_and\\_one\\_of\\_my\\_friends/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7arlh2/mrw_im_wasted_at_2am_and_one_of_my_friends/)

25. MRW: *YouTube demonetizes my book review videos, but Logan Paul gets his YouTube Red series back.*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7wf9df/mrw\\_youtube\\_demonetizes\\_my\\_book\\_review\\_videos\\_but/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7wf9df/mrw_youtube_demonetizes_my_book_review_videos_but/)



26. *MRW I hear Trump say to a dead soldier's grieving widow "He knew what he signed up for"*  
[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/777hhg/mrw\\_i\\_hear\\_trump\\_say\\_to\\_a\\_dead\\_soldiers\\_grieving/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/777hhg/mrw_i_hear_trump_say_to_a_dead_soldiers_grieving/)

27. *When someone makes a 'thanks for the gold' edit*  
[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/apbmmh/when\\_someone\\_makes\\_a\\_thanks\\_for\\_the\\_gold\\_edit/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/apbmmh/when_someone_makes_a_thanks_for_the_gold_edit/)

28. *When people in Hollywood are asked to point out any sexual predators they've encountered*  
[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7dchvv/when\\_people\\_in\\_hollywood\\_are\\_asked\\_to\\_point\\_out/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7dchvv/when_people_in_hollywood_are_asked_to_point_out/)

29. *My cashier's reaction when I purchased a tiki torch today.*  
[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/6tilgs/my\\_cashiers\\_reaction\\_when\\_i\\_purchased\\_a\\_tiki/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/6tilgs/my_cashiers_reaction_when_i_purchased_a_tiki/)

30. *Mrw I get taken straight to my table at a busy restaurant b/c I made reservations.*  
[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/9a3n2b/mrw\\_i\\_get\\_taken\\_straight\\_to\\_my\\_table\\_at\\_a\\_busy/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/9a3n2b/mrw_i_get_taken_straight_to_my_table_at_a_busy/)

31. *Eminem's reaction when he sees all the young rappers tweeting about how cool it is to be dissed by Eminem.*  
[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/9ckwjl/eminems\\_reaction\\_when\\_he\\_sees\\_all\\_the\\_young/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/9ckwjl/eminems_reaction_when_he_sees_all_the_young/)

32. *Reddit's reaction when the world has finally begun to turn against Facebook*  
[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/85znl4/reddits\\_reaction\\_when\\_the\\_world\\_has\\_finally\\_began/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/85znl4/reddits_reaction_when_the_world_has_finally_began/)

33. *MRW Expedia tries telling me 25 people are checking out the same small town hotel as me at 3 in the morning...*  
[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/8psnzx/mrw\\_expedia\\_tries\\_telling\\_me\\_25\\_people\\_are/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/8psnzx/mrw_expedia_tries_telling_me_25_people_are/)

34. *MRW, after a week of constipation, I feel a poop coming on that feels entirely too big to pass but there's no way of stopping it*  
[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7t6wt3/mrw\\_after\\_a\\_week\\_of\\_constipation\\_i\\_feel\\_a\\_poop/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7t6wt3/mrw_after_a_week_of_constipation_i_feel_a_poop/)

35. *MRW I work at a University and I start seeing applications from students born in 2000*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/6hf8vn/mrw\\_i\\_work\\_at\\_a\\_university\\_and\\_i\\_start\\_seeing/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/6hf8vn/mrw_i_work_at_a_university_and_i_start_seeing/)

36. *MRW I wake up on April 18 and realize tax returns were due yesterday*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/8d75op/mrw\\_i\\_wake\\_up\\_on\\_april\\_18\\_and\\_realize\\_tax\\_returns/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/8d75op/mrw_i_wake_up_on_april_18_and_realize_tax_returns/)

37. *MRW I'm browsing Reddit and see a repost of my pizza gif on the front page*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/awassh/mrw\\_im\\_browsing\\_reddit\\_and\\_see\\_a\\_repost\\_of\\_my/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/awassh/mrw_im_browsing_reddit_and_see_a_repost_of_my/)

38. *MRW Apple is selling a monitor stand for \$999*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/bwnouz/mrw\\_apple\\_is\\_selling\\_a\\_monitor\\_stand\\_for\\_999/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/bwnouz/mrw_apple_is_selling_a_monitor_stand_for_999/)

39. *MRW there are three different videos on the front page showing how to secure a pot with string....*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7povrn/mrw\\_there\\_are\\_three\\_different\\_videos\\_on\\_the\\_front/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7povrn/mrw_there_are_three_different_videos_on_the_front/)

40. *MRW I just hit puberty and my sister's friends come for a sleepover*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/a5j8w4/mrw\\_i\\_just\\_hit\\_puberty\\_and\\_my\\_sisters\\_friends/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/a5j8w4/mrw_i_just_hit_puberty_and_my_sisters_friends/)

41. *MRW I'm looking up recipes and having to scroll through 7 paragraphs of a life story before they give you the instructions*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/8onsmn/mrw\\_im\\_looking\\_up\\_recipes\\_and\\_having\\_to\\_scroll/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/8onsmn/mrw_im_looking_up_recipes_and_having_to_scroll/)

42. *MRW I'm the last to order food but it arrives first*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/8iiv9m/mrw\\_im\\_the\\_last\\_to\\_order\\_food\\_but\\_it\\_arrives\\_first/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/8iiv9m/mrw_im_the_last_to_order_food_but_it_arrives_first/)

43. *MRW I show up to court and find out my client has picked up a murder charge since his last appearance.*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/9tcd02/mrw\\_i\\_show\\_up\\_to\\_court\\_and\\_find\\_out\\_my\\_client\\_has/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/9tcd02/mrw_i_show_up_to_court_and_find_out_my_client_has/)

44. *MRW I see my wife searching for her burrito that I'm eating*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/a5scw5/mrw\\_i\\_see\\_my\\_wife\\_searching\\_for\\_her\\_burrito\\_that/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/a5scw5/mrw_i_see_my_wife_searching_for_her_burrito_that/)

45. *MRW I see my friend leave with the gal I introduced him to.*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7hpuzv/mrw\\_i\\_see\\_my\\_friend\\_leave\\_with\\_the\\_gal\\_i/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7hpuzv/mrw_i_see_my_friend_leave_with_the_gal_i/)

46. *When Trump says the government could be shutdown "for months or even years" and you just want your fucking paycheck*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/acm9y5/when\\_trump\\_says\\_the\\_government\\_could\\_be\\_shutdown/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/acm9y5/when_trump_says_the_government_could_be_shutdown/)

47. *MRW When I've been browsing Reddit for 17 hours straight but then a GIF takes 0.3 seconds to load*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/8gx7wy/mrw\\_when\\_ive\\_been\\_browsing\\_reddit\\_for\\_17\\_hours/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/8gx7wy/mrw_when_ive_been_browsing_reddit_for_17_hours/)

48. *MRW it says, "Video will play after ad" instead of "Skip ad"*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/8mvg9p/mrw\\_it\\_says\\_video\\_will\\_play\\_after\\_ad\\_instead\\_of/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/8mvg9p/mrw_it_says_video_will_play_after_ad_instead_of/)

49. *MRW I check on my post and see I got 6 points.*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/6w5gmu/mrw\\_i\\_check\\_on\\_my\\_post\\_and\\_see\\_i\\_got\\_6\\_points/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/6w5gmu/mrw_i_check_on_my_post_and_see_i_got_6_points/)

50. *MRW I see Paul Rudd make the front page twice today.*

[https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7mg5hs/mrw\\_i\\_see\\_paul\\_rudd\\_make\\_the\\_front\\_page\\_twice/](https://www.reddit.com/r/reactiongifs/comments/7mg5hs/mrw_i_see_paul_rudd_make_the_front_page_twice/)











LAPIN YLIOPISTO  
UNIVERSITY OF LAPLAND